

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Gisele Risson

CENÁRIO TELEVISIVO: A ESTRUTURA
CENOGRÁFICA DO JORNAL HOJE NA CONSTRUÇÃO
DA NOTÍCIA

Passo Fundo

2014

Gisele Risson

CENÁRIO TELEVISIVO: A ESTRUTURA
CENOGRÁFICA DO JORNAL HOJE NA CONSTRUÇÃO
DA NOTÍCIA

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Ms. Nadja Maria Hartmann.

Passo Fundo

2014

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora, a Profa. Ms. Nadja Maria Hartmann pela paciência, dedicação e apoio em todos os momentos do desenvolvimento desta pesquisa; e pela seriedade e calma com que conduziu as orientações.

A minha família pelo apoio e pela estrutura que me deram todo suporte para enfrentar esse tempo que passei na faculdade.

Aos meus amigos pela compreensão e pelo apoio que me ajudaram a superar os obstáculos desta caminhada.

Aos meus colegas de trabalho pela compreensão e incentivo.

A todos os mestres que me apresentaram o conhecimento e me fizeram desenvolver minhas habilidades e superar minhas dificuldades.

Agradeço a todos que dividiram comigo minhas angústias, alegrias, lágrimas e sorrisos. A todos que de alguma forma participaram deste momento de formação pessoal e profissional.

E por fim, agradeço a mim mesma pelo comprometimento e pela superação.

RESUMO

O presente trabalho teve o intuito de investigar o cenário do Jornal Hoje e suas transformações no período que compreende de 2001 à 2014. Com isso, foi possível estudar a evolução do cenário do telejornal para buscar entender como as mudanças em um cenário televisivo podem contribuir na transmissão da informação. A partir disso podemos observar como o programa foi construindo um estilo próprio e fazendo disso um meio de manter uma relação de credibilidade e confiança com o espectador. Para o estudo utilizamos como metodologia o contexto comunicativo. Pode-se observar que o programa reafirmou seu estilo e buscou maior aproximação com o espectador, com o auxílio de recursos tecnológicos e de uma linguagem própria na apresentação do telejornal. O Jornal Hoje é um dos telejornais que mais modificou seu cenário ao longo dos seus 43 anos. Hoje o telejornal utiliza toda a sua estrutura cenográfica que proporciona maior dinamismo e desenvolvimento na apresentação das notícias.

Palavras-chave: Cenário, Contexto Comunicativo, Jornal Hoje, Rede Globo, Telejornalismo.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Bancada Jornal Hoje em 2001	34
Figura 2 - Jornal Hoje em 2001 - telão lateral	35
Figura 3 - Bancada Jornal Hoje em 2003	36
Figura 4 - Telões e telas no Jornal Hoje em 2005	37
Figura 5 - Bancada do Jornal Hoje com Evaristo Costa e Sandra Annenberg	38
Figura 6 - Jornal Hoje em 2010 – telões usados para conversar com outros repórteres e na previsão do tempo.....	40
Figura 7 - Bancada do Jornal Hoje em 2014	41
Figura 8 - Apresentação do telejornal com apoio dos telões nas laterais do cenário	42
Figura 9 - Telões na apresentação da previsão do tempo e em quadros especiais.	43
Figura 10 - Redação do Jornal Hoje em 2014	43
Figura 11 - Evolução no cenário do Jornal Hoje de 2001 à 2014	44

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
2 O TELEJORNALISMO A SERVIÇO DA INFORMAÇÃO	9
2.1 A tevê e o espetáculo	14
2.2 A imagem.....	18
2.2.1 O telejornalismo e a imagem	20
2.2.2 Imagem icônica	22
2.2.3 Imagem simbólica	25
2.3 O cenário como composição do telejornal.....	26
3 JORNAL HOJE – A EVOLUÇÃO DO CENÁRIO DO TELEJORNAL.....	29
3.1 As mudanças	33
3.2 O contexto comunicativo no Jornal Hoje	44
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS	53
ANEXO.....	56

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho buscou investigar o cenário de um telejornal e suas transformações ao longo do tempo. Nosso objetivo foi estudar a evolução do cenário do Jornal Hoje, telejornal apresentado na Rede Globo, de segunda a sábado, no período da tarde. A escolha do Jornal Hoje como objeto de estudo se justifica pelas crescentes modificações no seu formato e estilo de apresentação, incluindo as inovações no cenário nos últimos anos, além de ser um dos telejornais com maior audiência da emissora.

O crescente número de espectadores assistindo o Jornal Hoje nos faz refletir sobre a sua influência na vida cultural e social das pessoas. O Jornal Hoje, com um estilo mais leve e descontraído, se diferencia pela simplicidade de narrar as histórias do cotidiano e da vida das pessoas. Com uma programação voltada ao entretenimento, o jornal apresenta um jornalismo mais *light*, que segundo Dejavite (2012) é um jornalismo que mistura a informação com a descontração. O jornal desenvolve um conteúdo informativo e ao mesmo tempo voltado ao entretenimento por apresentar matérias sobre a vida pública e privada das pessoas; abordar questões sobre moda, saúde e beleza; dar dicas de férias e turismo; e ainda ajudar as pessoas a organizarem a casa com dicas de arquitetos e decoradores, por exemplo.

O trabalho possui como eixo norteador a seguinte questão: como as mudanças no cenário do telejornal Hoje contribuíram na transmissão da informação nos últimos anos? A partir desta questão, pergunta-se: O cenário influenciou nos recursos audiovisuais do telejornal? Quais as grandes inovações que se destacaram neste novo cenário, perguntando-se em que sentido essas inovações auxiliaram na produção e divulgação das notícias? Qual a função dos apresentadores neste novo modelo de cenário? Que tipo de relação o cenário estabelece com as notícias do jornal? A estrutura do cenário é peça fundamental na apresentação do programa?

Para responder a estes questionamentos, nesta pesquisa utilizamos o contexto comunicativo como forma de estudo do cenário do Jornal Hoje. Gomes (2007, p.23) o define como “o modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais. Ele permite verificar como instituição social e forma cultural se atualizam num programa específico.” Gomes (2007, p.22) ainda argumenta que o modo de endereçamento nos faz entender que “quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor.” Este relacionamento que

o jornal estabelece com o espectador reflete na audiência do programa e na sua credibilidade e qualidade.

Portanto, é através do contexto comunicativo que efetuamos a análise do cenário do Jornal Hoje como forma de resolver as problemáticas descritas acima. Para isso, buscamos descrever aqui os passos para chegar a análise e as conclusões desta pesquisa.

Com base em autores como Machado (2000), Rezende (2000), Curado (2002), e Brasil (2012), apresentamos inicialmente, no capítulo 2, o contexto teórico do telejornal e todas as especificidades que o cercam, incluindo as influências do jornalismo americano e dos radiojornais do Brasil.

Abordamos a seguir a função social e cultural que o telejornal carrega e sua relação com o espectador através da estrutura e do formato do programa. Usamos neste caso os conceitos de Debord (2008), para falar de tevê e espetáculo, e Dejavitte (2012) para falar da relação do entretenimento com a informação, que a autora classifica como INFOtenimento. Ao mesmo tempo, enquanto se informavam sobre os acontecimentos mais relevantes do dia, as pessoas também buscavam a distração. Sendo a tevê o meio mais visto pela população brasileira, os telejornais com sua função social e cultural foram se adaptando para conseguir atingir o seu espectador e garantir sua fidelidade. Para isso era preciso chamar a atenção do espectador com a utilização, cada vez mais frequente, das imagens que representam a realidade, ou assim dizendo, a vida e o cotidiano das pessoas.

Para entender as evoluções do telejornalismo precisamos pesquisar sobre a sua linguagem e a forma de apresentação, como programa televisivo. Buscamos a partir disso falar sobre a narrativa audiovisual e a utilização da imagem no telejornalismo. Autores como Aumont (1995), Joly (1999), Dondis (2007), Machado (2000), Brasil (2012) e Rezende (2000), foram as bases teóricas para falar sobre as imagens e suas funções na televisão e especificadamente no telejornal. Assim como relata Debord (1997), vivemos na “sociedade do espetáculo” onde estamos rodeados de imagens que representam nossa vida. As imagens são as representações do nosso cotidiano e as referências simbólicas que nos fazem reconhecer objetos e pessoas. É nesse sentido que os autores expõem as significações da imagem na sociedade da informação em que tudo pode ser registrado e visualizado.

Trabalhamos, nesta pesquisa, com as questões que dão as imagens funções relevantes no programa jornalístico. Além de esclarecer os fatos, as imagens no telejornal são reproduzidas ou criadas com o objetivo de deixar a informação mais próxima da realidade. Isso possibilita ao espectador criar associações e compreender o que está sendo narrado.

Todos os recursos visuais e sonoros utilizados no telejornal fazem parte da estrutura e do formato do programa. Dentro disso, contamos com o cenário que compõem o programa é peça fundamental na criação da identidade do telejornal, além de propor uma aproximação maior com o espectador através de um ambiente harmonioso. Nesta parte da pesquisa abordamos os elementos que compõem os cenários de programas jornalísticos para entender as suas funções no telejornal Hoje. Por isso a pesquisa tem como base metodológica o modo de endereçamento, e em específico, o contexto comunicativo como operador de análise.

Parte-se então a segunda fase da pesquisa com o terceiro capítulo, onde realizamos a análise do cenário do Jornal Hoje, utilizando como recorte o período de 2001 à 2014 (ANEXO A). A partir das questões abordadas acima, apresentamos nosso objeto de estudo, o Jornal Hoje, da Rede Globo, um programa jornalístico, que vai ao ar de segunda a sábado, no período da tarde, trazendo as principais notícias do dia e também falando sobre assuntos mais leves e de interesse público como saúde, comportamento, estilo de vida, entretenimento, entre outros.

Esta pesquisa propõe-se a estudar como os elementos que compõem o cenário do telejornal, desde o apresentador a todo o espaço estruturado para a apresentação do programa, auxiliam na divulgação das informações ao espectador. E por fim, trazemos no capítulo 4, as considerações finais do trabalho, com um resumo das principais conclusões obtidas através da proposta metodológica apresentada.

2 O TELEJORNALISMO A SERVIÇO DA INFORMAÇÃO

A maioria das pessoas busca a informação dos acontecimentos do dia a dia nos telejornais diários que passam na tevê. O espectador fica ligado na televisão para ver o que de mais importante aconteceu na sua cidade e no mundo através do telejornal. As imagens que documentam os fatos e os tornam mais próximos da realidade são fundamentais neste gênero televisivo. Para Curado (2002, p.16) “a informação deve colaborar para produzir em nós um sentimento de inclusão social ou política, aumentando a nossa consciência acerca do que se passa nas nossas cercanias ou alhures.” Desta forma as notícias que passam na tevê podem representar o mundo em que vivemos e/ou recriar este mesmo mundo de acordo com as intenções de quem a produz, conforme analisa Coutinho (2009), em seu artigo *Lógicas de produção do real no telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários*, relatando que

[...] por meio de seu ritmo, temporalidades, lógicas de produção e também de uso (mediações), o telejornalismo mostra o mundo por meio de sua(s) janela(s), cujo(s) enquadramento(s) envolve(m) recortes, técnicos e políticos.

[...] é preciso compreender que os noticiários televisivos apresentam a cada edição não uma janela que permita visualizar o mundo, mas constroem por meio de textos, sons e imagens o mundo por meio de sua janela particular, o que envolve desde as características intrínsecas ao meio, até diretrizes relativas à política editorial da emissora responsável pela produção/ veiculação do telejornal (COUTINHO, 2009, p.107).

Ainda hoje a tevê tem o privilégio de ser o meio mais visto no Brasil. Isso torna os telejornais referência de informação. Mas a estrutura do telejornal no Brasil se modificou ao longo do tempo. A apresentação e o conteúdo foi sendo aprimorado de acordo com as necessidades que surgiam. Vale lembrar como o telejornal foi se inserindo no cotidiano dos brasileiros, para entender a partir disso, como aconteceu toda a evolução desse gênero televisivo.

O gênero jornalístico surgiu juntamente com a instalação da primeira emissora brasileira e possuía um formato parecido com os radiojornais da época, como conta Brasil (2012)

Já no dia seguinte à instalação da primeira emissora brasileira, a paulista TV Tupi Difusora, foi ao ar um programa de caráter jornalístico que se chamava *Imagens do dia*, com texto e reportagem de Rui Rezende e cinegrafia de Paulo Salomoi. Por vezes, o jornal era apresentado também pelo radialista Ribeiro Filho. Este noticiário permaneceu por dois anos no ar, até ser substituído pelo *Telenotícias Panair*. Ambos tinham basicamente as mesmas características: privilegiavam a expressão verbal e ainda exploravam de forma rudimentar os recursos visuais do novo veículo (BRASIL, 2012, p.87, grifo do autor).

Sem muitos artifícios para compor o telejornal, os jornalistas que o apresentavam utilizavam os poucos recursos que tinham inspirados nos radialistas e assim traziam a linguagem do rádio para a tevê. Muitos profissionais do rádio como técnicos, locutores e artistas migraram para a tevê trazendo as experiências do radiojornal.

Cabe lembrar que televisão brasileira dos anos 50 era toda produzida ao vivo – (o *videotape*, inventado em 1956, nos EUA, chegaria ao Brasil apenas em 1959). Desse modo, as dificuldades técnicas obrigariam os telejornais a adotar o formato de transmissão direta do estúdio de gravação, quase sem coberturas e com uma linguagem muito parecida com a do radiojornalismo. A maior parte as notícias veiculadas eram lidas pelos apresentadores na forma de *notas peladas*³, com textos curtos e uma locução dramática, bem ao estilo dos locutores do rádio (BRASIL, 2012, p.89, grifo do autor).

Mas foi o telejornal *O Seu Repórter Esso*, que foi adaptado para a tevê em 1953, que trouxe grandes modificações na linguagem do jornalismo brasileiro. Com a utilização de matérias ilustradas, que foram proporcionadas pelo apoio financeiro de anunciantes que forneciam notas e pequenos rolos de filmes. Segundo Brasil (2012) com a utilização do *videotape*¹ em 1959, o telejornalismo ganha mais agilidade e qualidade o que proporciona uma melhora na produção telejornalística que agora podia armazenar e editar os vídeos complementando a informação com imagens que davam maior credibilidade à notícia.

Outro meio que influenciou o telejornal foi o cinema. Os cineastas e os jornalistas trocaram experiências que trouxeram grandes contribuições ao telejornalismo. Os jornalistas tinham a seu favor a agilidade e a criatividade, enquanto os cineastas tinham maior intimidade com a câmera e os recursos visuais tão importantes para a produção do telejornalismo, como vemos hoje.

Essa nova relação com o mundo do cinema influenciou durante muito tempo de forma positiva toda uma geração de jornalistas de TV. Era instigante ver como os “cineastas” lidavam com a maior intimidade com a película, a luz, o enquadramento e, principalmente, com os personagens. Nas mãos de diretores como Eduardo Coutinho, eles falavam além das mínimas declarações “objetivas” e das distorções editoriais do famigerado “povo fala”. Os jornalistas de TV ofereciam em troca a experiência voltada para a agilidade das notícias e a criatividade nas soluções imediatas. Era um casamento difícil e delicado, mas muito produtivo (BRASIL, 2012, p.173).

Porém, a grande influência no formato telejornalístico do Brasil foi o modelo americano, que até hoje é utilizado nas produções jornalísticas. O cenário, a composição do telejornal, a

¹ O recurso do “tape” – isto é, da gravação – é a forma mais utilizada em jornalismo de televisão. A equipe de reportagem registra cenas e falas que posteriormente serão editadas – isto é, serão selecionadas dentro de um formato adequado ao programa. (CURADO, 2002, p.97)

forma de apresentar e até os apresentadores, assim como a concepção do âncora nos principais jornais, seguiu as experiências feitas nos Estados Unidos.

Visualmente os noticiários brasileiros adotaram dos similares americanos o cenário composto por uma cortina de fundo, uma mesa e uma tela (ou cartela) com o nome do patrocinador. Também como os EUA, os telejornais contavam apenas com um locutor e tinham as suas matérias afins reunidas em blocos, com a manchete do dia sendo lida no final do programa, em tom vibrante (BRASIL, 2012, p.94).

Nesta mediação entre a notícia e o espectador estão os apresentadores que assumem um papel fundamental no telejornal. Suas ações diante da câmera tornam a notícia mais interessante e mais próxima do espectador. É ele quem conduz o jornal de maneira clara e objetiva; dando voz aos fatos que acontecem no dia a dia; elucidando o espectador e conduzindo-o a interpretar as notícias. Sua função vai além de ler a notícia, o apresentador é parte dela e com isso se torna essencial na estrutura e na funcionalidade do telejornal, como relata Rezende,

Em sua atuação diante das câmeras, o apresentador de notícias dá vida ao texto. Por meio de gestos, expressão facial, velocidade de leitura, pausas na locução, entonação e ênfase em certas palavras, a informação pode adquirir significados complementares. Acontece no telejornalismo mais ou menos o que se passa em uma telenovela (REZENDE, 2000, p.87).

Da mesma forma, Curado (2002, p.17) complementa dizendo que “a mediação feita pelo jornalista entre a comunidade e a fonte de informação é extremamente poderosa”. Essa ligação que o apresentador tem com o programa jornalístico reflete na relação que o público tem com o telejornal.

Todas essas formas de produção jornalística ajudaram a compor o telejornal que é apresentado hoje na televisão brasileira, e que acabou tornando-se o meio pelo qual a maioria das pessoas busca a informação. Sendo assim, é necessário compreender como o telejornal se estrutura e qual a sua função na sociedade como meio de comunicação.

Para Machado (2000) e Rezende (2000) o telejornal retrata os acontecimentos do dia fazendo recortes da realidade e compondo imagens que o ajudam a contar essas “histórias”. Assim os apresentadores do telejornal atuam como mediadores e “como a condição *sine qua non* do relato telejornalístico” (MACHADO, 2000, p.102, grifo do autor). Portanto, segundo o autor, “o telejornal não pode ser encarado com um simples dispositivo de reflexão dos eventos, mas antes como um efeito de *mediação*”.

Os repórteres e todas as outras pessoas envolvidas na produção jornalística compõem a informação relatando o que viram e transformando os fatos em notícia. Cada um apresenta uma

versão, de acordo com as suas percepções, que é analisada e estruturada conforme o que se quer mostrar. Por isso, Machado (2000) questiona a função do telejornal em retratar a “verdade” na tevê. Segundo o autor, o telejornal tem como função esclarecer os fatos e expor as diferentes versões, através de uma “colagem de depoimentos”, de maneira que o espectador entenda o caso e tenha conhecimento sobre o que é relevante para a sociedade e até para a sua própria vida.

O telejornal não pode ser um espaço de julgamento, pois não cabe ao jornalista analisar e julgar o que aconteceu, mas esclarecer ao espectador os fatos da melhor maneira possível, a fim de levar a informação à casa da maioria das pessoas. Nesse sentido, Machado (2000) afirma que

O que importa, porém, é extrair as consequências dessa estrutura básica: *o telejornal é, antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito dos eventos. Sujeitos falantes diversos se sucedem, se revezam, e contrapõem uns aos outros, praticando atos de fala que se colocam nitidamente como o seu discurso com relação aos fatos relatados* (MACHADO, 2000, p.104, grifo do autor).

O telejornal tem a função de retratar os fatos para que as pessoas tomem conhecimento do que está acontecendo no país e no mundo, desde que estes fatos tenham algum significado para elas. Toda produção jornalística tem critérios de noticiabilidade, ou seja, tudo aquilo que pode ser relevante às pessoas para as quais a notícia se destina. Assim, Curado (2002, p.16) afirma que “a importância da notícia é geralmente julgada de acordo com a sua abrangência, isto é, segundo o universo de pessoas às quais pode interessar. Fundamentalmente, a notícia é a informação a serviço do público”. Seguindo este preceito, pode-se dizer que o espectador sente-se mais próximo do telejornal quando este lhe informa sobre fatos que cercam o seu cotidiano, por isso, muitas vezes as notícias locais são mais importantes, para o espectador, do que as notícias internacionais.

Além dessa aproximação com o espectador através de informações que são de interesse público; de uma linguagem coloquial e precisa, os programas jornalísticos, estão se aprimorando nos recursos técnicos que também auxiliam na produção dos programas e na busca da qualidade da informação. É nesse sentido que Beatriz Moreira Cervino Garcia, em seu trabalho *Modo de endereçamento no formato CQC: uma análise do CQC Brasil e do CQC Argentina*, analisa que os programas televisivos estão utilizando recursos técnicos que aumentam a qualidade de seus programas e ao mesmo tempo desenvolvam uma identificação própria.

Os formatos através dos quais as notícias são apresentadas nos programas jornalísticos televisivos apontam para o tipo de jornalismo realizado e para o investimento da emissora em cada programa. Os recursos técnicos a serviço do jornalismo representam o modo como as emissoras se apropriam da tecnologia disponível para a utilização dos recursos da linguagem televisiva. Transmissões ao vivo, infográficos, mapas do tempo, telões, grafismos formam o conjunto dos recursos técnicos que dão agilidade e ajudam a construir a identidade dos programas e das emissoras (GARCIA, 2010, p.33).

Desta maneira o telejornal vem se aprimorando para tornar a informação primordial às pessoas. As inovações estão deixando o telejornal mais próximo do espectador, com a utilização de recursos visuais que complementam a informação. Um dos recursos mais utilizados são os *graphics*.

Denominam-se *graphics* todos os recursos visuais (*design* gráfico, *lettering*, logotipos), em geral dinâmicos e tridimensionais, destinados a construir a “identidade” visual da rede, do programa ou dos produtos anunciados, bem como também as apresentações de créditos, as chamadas e toda sorte de elementos visuais que se sobrepõem às imagens figurativas captadas pelas câmeras (MACHADO, 2000, p.199, grifo do autor).

As mudanças que aconteceram proporcionaram ao telejornalismo uma maior aproximação com o público. Desde o cenário ao discurso verbal, o telejornal está ficando mais atraente e comunicativo.

A verdade é que, nos termos da extensão e alcance da cultura de massa, nada tem contribuído melhor para a renovação da sensibilidade e do gosto coletivos, no campo da visualidade, do que o *graphics* de televisão. Mais que isso: o grafismo televisual preparou toda uma geração para o desafio da “escritura” no meio eletrônico, ensinou a lidar com os problemas particulares da distribuição e otimização de informação na tela doméstica, bem como resgatou o prazer de ler, ver e de ouvir num veículo novo, conquistas que já estão sendo absorvidas e desenvolvidas nos meios digitais e telemáticos (multimídia para CD-ROM ou Web, jornal eletrônico, etc.) (MACHADO, 2000, p.204, grifo do autor).

O uso das tecnologias ajudou o telejornal a se identificar mais com o público, proporcionando maior credibilidade e modificando a maneira de levar a informação à casa das pessoas. Por mais que existam críticas referentes a forma de apresentação dos telejornais, que em alguns casos acabaram virando “espetáculo”, é necessário fazer com que as pessoas fiquem cada vez mais atentas a informação televisiva. Esta busca por audiência faz com que os telejornais busquem inovar na sua estrutura e na linguagem, desde que com isso não percam a seriedade tão importante no jornalismo. O essencial é que os telejornais continuem a serviço da informação.

2.1 A tevê e o espetáculo

Vivemos na “sociedade do espetáculo” como afirma Debord (1997, p.14), “o espetáculo apresenta-se ao mesmo tempo como a própria sociedade, como parte da sociedade e como *instrumento de unificação*”. A tevê apresenta em seus programas as representações da vida real, misturadas com a ficção, a fim de satisfazer os desejos e os sonhos das pessoas. Sendo assim, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p.13, grifo do autor).

Segundo o autor nossa vida passa a ser representada através de composições de imagens da vida social. Essa relação das pessoas com as imagens é carregada de significados, visto que nesta fase, social e econômica, as pessoas passam a consumir um número maior de informações. Sendo assim, Debord diz que

Considerando em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o *modelo* atual da vida dominante da sociedade. É a afirmação onipresente da escolha *já feita* na produção, e o consumo que decorre dessa escolha (DEBORD, 1997, p.14-15, grifo do autor).

Esse consumo exacerbado de tudo que é produzido pela sociedade reflete diretamente no consumo da informação e, dentro deste contexto social e econômico, devemos observar como as pessoas enfrentam essa relação com a sociedade da informação e a propagação das imagens. Por isso Debord (1997, p.14) considera o espetáculo como “uma relação social entre pessoas, mediada por imagens.”

Nesta nova era, onde a sociedade da informação ganha força, a busca pela informação é cada vez maior e o jornalismo acaba ganhando destaque e tem que modificar sua forma de apresentação e o seu relacionamento com o público. A informação torna-se um bem precioso na vida das pessoas que além de se inteirarem dos acontecimentos do dia a dia também buscam diversão e conhecimento. Dejavite (2006) diz que vivemos em um momento diferente e muito mais desafiador para o jornalismo que assume um papel importante na difusão da informação.

Sem dúvida, desde que a fase atual foi iniciada, o mundo entrou em um momento ímpar. A informação, a comunicação e seus meios difusores desempenham, agora, papéis fundamentais no cotidiano das pessoas, provocando uma mudança sem igual na história. Hoje, a disponibilidade da informação tem-se tornando um bem tão relevante quanto a terra, o trabalho e o capital, transformando-se em um dos elementos

mais importantes na atualidade. Ao que tudo indica, a informação está se notabilizando na moeda corrente da fase pela qual passam as sociedades que já se industrializaram. E graças a esse valor estratégico na economia, a sociedade da informação se apresenta como aquela desenvolvida em função da produção de valores imateriais, ou seja, os bens informacionais (DEJAVITE, 2006, p.20).

Todas essas mudanças aconteceram com a evolução tecnológica que transformou a maneira das pessoas de se comunicarem, trabalharem, consumirem e se divertirem. Dejavite (2006) ainda destaca uma das preocupações que as novas tecnologias trouxeram. A autora comenta o fato de que as inovações tecnológicas podem dividir as pessoas em novas camadas sociais: entre as que têm acesso a informação e as que não têm. Mas, nesta pesquisa, tentamos absorver os pontos positivos que a sociedade da informação pôde nos acrescentar, desenvolvendo nossa maneira de ver o mundo e de nos relacionarmos.

O jornalismo vem sofrendo mudanças, tanto na estrutura quanto na linguagem, e estabelecendo novos parâmetros para repassar as informações ao público. As pessoas estão mais ligadas no que está acontecendo no mundo e o jornalismo, como fonte de informação, também tem de modificar seus meios e maneiras de informar. Com isso, Dejavite (2006) aponta a notícia *light* como uma nova forma de trabalhar a informação.

Resumidamente, a notícia *light* pode ser definida como aquele conteúdo rápido, de fácil entendimento, efêmero, de circulação intensa, que busca divertir o receptor. Ao que parece, nada mais é do que a solicitação feita pelo receptor da sociedade da informação que espera encontrar uma matéria que, ao mesmo tempo que satisfaça suas necessidades e seus interesses de formar e informar, também distraia e permita-lhe vivenciar o fato, já que o consumo da informação é feito naquele tempo destinado ao lazer, à diversão (DEJAVITE, 2006, p.70-71).

Este tipo de notícia cresce na medida em que o público se torna mais exigente e procura não só informação sobre os acontecimentos que são relevantes ao seu cotidiano, mas também fontes de distração, como afirma Dejavite

O receptor (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade – independentemente do meio em que estiver inserida – informe, distraia e também lhe traga uma informação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado notícia *light*. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Por isso, mais do que um mero produto, tornaram-se um importante serviço (DEJAVITE, 2006, p. 68, grifo do autor).

O jornalismo deixou de ser só um meio por onde a informação é repassada ao espectador, para se tornar também um espaço de interação e proximidade com o público. Essas notícias com um conteúdo mais *light*, e não menos importantes, relatam os acontecimentos do dia com informações mais precisas, com um melhor detalhamento dos fatos. As características mais

marcantes da notícia *light*, segundo Tarruela e Gil, estão a “capacidade de distração, espetacularização e alimentação das conversas” (apud, Dejavite, 2006, p.70).

Dentre as inovações que surgiram no jornalismo, Dejavite (2006) destaca o entretenimento como principal meio de informar e ao mesmo tempo chamar a atenção do público, que é cada vez mais segmentado. Com a cultura de massa o entretenimento ganha força e se destaca no jornalismo.

Hoje o entretenimento proporcionado pelos meios de comunicação atende tanto à procura de distração e de evasão quanto de diversão por parte do público. Mas a ideia da mídia como sinônimo de entretenimento surge, efetivamente, com a cultura de massa no século XIX. Até esse período, a aristocracia determinava o que poderia e o que não poderia ser consumido como cultura. À população, de modo geral, destinava-se a cultura popular (folclore, danças, etc.), enquanto a elite dominava a cultura erudita (música clássica, literatura, teatro, etc.). Porém, com o desenvolvimento da mídia, esses termos foram redefinidos [...] (DEJAVITE, 2006, p.51).

A autora traz algumas definições de entretenimento, entre elas está a que o define como “uma forma de divertimento, que procura diminuir as tensões ameaçadoras [...] e conduzi-las à segurança emocional, ao promover o descanso e ocupar o tempo livre, hoje, cada vez mais imprescindível” (DEJAVITE, 2006, p.44). Podemos observar que hoje, as pessoas têm mais opções de entretenimento e principalmente o buscam na mídia, especialmente na televisão.

Em menos de cem anos, as opções de lazer transformaram-se profundamente. O lazer deixou de ser privilégio de poucos e passou a ter acesso mais geral. Desse modo, a intenção das pessoas de se entreterem tem aumentado com a criação de diversas formas de diversão. Dentro deste cenário, o entretenimento se impõe como uma alternativa a mais para o preenchimento do tempo livre. Na sociedade contemporânea, a mídia encontra-se em lugar estratégico na promoção dos divertimentos (DEJAVITE, 2006, p.51).

Do mesmo modo, Aguiar (2008) destaca que a informação acaba virando mercadoria e os investimentos relativos a sua produção são essenciais para que cada vez mais as notícias integrem a vida das pessoas e as façam refletir sobre as questões socioeconômicas. Mas para isso é preciso fazer um jornalismo mais atrativo e que desperte sensações nos espectadores.

[...] essa imprensa, que oferece aos leitores uma informação mais diversificada e atraente, assume uma narrativa marcada pelo sensacionalismo. A notícia – transformada em mercadoria – vai recebendo, gradativamente, mais investimento, com a finalidade de aprimorar o seu valor de uso (AGUIAR, 2008, p.18).

Assim a mídia aposta em conteúdos de entretenimento que junto com a informação passam a incorporar cada vez mais os noticiários. Por isso a autora defende a fusão entre

informação e entretenimento. Essa fusão de gêneros é denominada por ela como uma especialidade de “*jornalismo de INFOtenimento*.”

Tal termo surgiu durante a década de 1980, mas só ganhou força no final dos anos 1990, quando passou a ser empregado por profissionais e acadêmicos da área da comunicacional, como sinônimo daquele jornalismo que traz informação, prestação de serviço e ao mesmo tempo oferece divertimento ao receptor (DEJAVITE, 2006, p. 71).

Este tipo de jornalismo não é novo, mas agora está predominando nas redações jornalísticas que dependem da audiência e da aceitação do público. Por mais que muitos críticos avaliem o *jornalismo de INFOtenimento* como um jornalismo pouco informativo e muito mais dispersivo, aqui, nesta pesquisa vamos abordar o lado positivo desta especialidade do jornalismo, que também está sendo discutido por estudiosos.

O *INFOtenimento* além de informar o espectador também diverte e estimula a interação social na medida em que os assuntos se tornam motivo de discussão. O jornalismo passa então a priorizar notícias voltadas à saúde, gastronomia, beleza, turismo, arquitetura, moda, esportes, artes, cultura, comportamento, celebridades, espetáculos, consumo, entre outras. São notícias que abrangem vários aspectos da sociedade contemporânea e envolvem não só o factual, mas também contextos da vida social e privada.

O próprio tratamento da notícia passou a ser mais voltado para o estético, tanto na linguagem como na forma, pois a matéria jornalística precisou ganhar a audiência do leitor, que busca conveniência no produto jornalístico. E a partir daí, podemos dizer que o conteúdo representativo da especialidade de *INFOtenimento* começa a despontar. [...] o *INFOtenimento* aparece com a consolidação dos novos valores advindos da sociedade da informação (DEJAVITE, 2006, p.85).

A partir do *INFOtenimento* o telejornal busca alcançar um público que procura na mídia informação de maneira mais leve e divertida e ao mesmo tempo informativa. Sem perder a função social o jornalismo encara o entretenimento como uma forma mais lúdica de informar e que chama mais a atenção do espectador. Dejavite (2006, p.86) afirma que “o jornalismo está em mutação” e por isso as novas tecnologias e os novos formatos de jornalismo estão deixando a informação mais próxima do público que está mais exigente e participativo. O espectador não quer só ver a notícia, hoje ele também quer ser visto e ouvido. A proximidade com o público deixa o jornalismo mais dinâmico e interativo. Desta forma, o *INFOtenimento* ajuda o jornalismo a alcançar um número maior de pessoas interessadas em informação, mas também fomentas de entretenimento, num mundo onde as informações estão cada vez mais rápidas e dissolúveis.

2.2 A imagem

Somos rodeados de imagens que de alguma forma nos informam. Elas sugerem nos reportar a algo que já existe e que representa a nossa vida, nosso cotidiano e até nossa história. Na opinião de Joly (1999, p.59), “a imagem também pode servir de instrumento de intercessão entre o homem e o próprio mundo no momento em que a imagem serve de instrumento de comunicação entre as pessoas”. Assim o autor fala que a imagem pode comunicar desde que sua representação diga algo para atingir um público determinado e desta forma Joly considera a imagem como “uma mensagem visual”

Considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diversos tipos de signos equivale, como já dissemos, a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como uma ferramenta de expressão e de comunicação. Seja ela expressiva ou comunicativa, é possível admitir que uma imagem sempre constitui uma mensagem para o outro, mesmo quando esse outro somos nós mesmos. Por isso, uma das preocupações necessárias para compreender da melhor forma uma mensagem visual é buscar para quem ela foi produzida (JOLY, 1999, p.55).

Quando se diz que uma imagem é a representação do real pode-se concluir que a imagem pode ser representada de acordo com a intenção e a familiaridade de quem a produz. Da mesma forma Aumont (1995, p.260) define a imagem “como um objeto produzido pela mão do homem, em um determinado dispositivo, e sempre para transmitir a seu espectador, sob forma simbolizada, um discurso sobre o mundo real”.

Porém, para que as imagens possam ser compreendidas é necessário que o espectador tenha certos mecanismos para reconhecê-la. É válido afirmar que uma imagem só pode ser relevante quando sua representação mostra algo comum ou representativa para quem está a observá-la. Por isso, na construção da imagem que passa na tevê com o objetivo de levar informação às pessoas, é preciso reproduzir algo que se assemelhe a vida e a sociedade em que o espectador está inserido. Neste sentido Aumont (1995, p.197) aponta que “a imagem só existe para ser vista, por um espectador historicamente definido (isto é, que disponha de certos dispositivos de imagens), e até as imagens mais automáticas, as de câmeras de vigilância, por exemplo, são produzidas de maneira deliberada, calculada, para certos efeitos sociais”.

A televisão, o meio pelo qual a imagem é hoje mais vista, traz a representação do “mundo real” através da reprodução visual dos fatos. Para isso a televisão se vale de uma narrativa audiovisual onde imagem, som e fala contam uma história a fim de informar o espectador. Este é o meio por onde a maioria das pessoas toma conhecimento dos acontecimentos do dia e dos fatos que se tornam relevantes a suas vidas. Para Joly (1999, p.14),

“a imagem invasora, a imagem onipresente, aquela que critica e que, ao mesmo tempo, faz parte da vida cotidiana de todos é a imagem da mídia. Anunciada, comentada, adulada ou vilipendiada pela própria mídia, a ‘imagem’ torna-se então sinônimo de televisão e publicidade.”

Para narrar as histórias que acontecem todos os dias e informar as pessoas, a televisão produz imagens que representem estes fatos, mas também precisa de outros elementos televisivos para comunicar a população em geral, como aponta Joly (1999, p.119): “É impossível contar uma história em uma só imagem, enquanto à imagem e sequencia (fixa ou animada) se proporcionou os meios de construir narrativas com suas relações temporais e causais.” Com o tempo e as inovações, tanto tecnológicas quanto discursivas, foi possível um avanço na forma de se fazer jornalismo na televisão, como relatam Silva e Rossini

Com o desenvolvimento da televisão, a partir dos anos 1930, novos procedimentos narrativos audiovisuais foram apresentados ao público, mesmo que, inicialmente marcados pelo rádio e pelo teatro. Assim como já havia acontecido com o cinema, a tevê passou a aprimorar seus modos narrativos conforme sua tecnologia e suas condições de produção foram sendo melhoradas. Um momento bastante nítido desse processo foi o desenvolvimento do videoteipe, nos anos 1950, que permitiu o estabelecimento de uma linguagem audiovisual própria para a tevê, como, por exemplo, o uso de planos mais fechados do que aqueles utilizados no cinema e a narrativa mais elíptica, para dar conta da dispersão característica das condições de recepção dos produtos televisivos (SILVA, ROSSINI, 2009, p.11).

O uso de novos dispositivos como a câmera cinematográfica impulsionou a forma de representação da realidade em acontecimentos diários com a produção de imagens cada vez mais “reais” com relação entre espaço e tempo. As mobilidades que as câmeras trouxeram à produção televisiva acabaram deixando a narrativa audiovisual mais dinâmica e mais próxima da realidade do espectador. Além disso, a edição proporcionou a escolha das melhores imagens e mais representativa para determinados efeitos que se quer causar.

O desenvolvimento dos dispositivos para captação/reprodução de imagens está ligado ao contexto do século XIX e à revolução industrial. A câmera fotográfica e a câmera cinematográfica impulsionaram-nos para aquilo que Paul Virilio (1994) chama de era da lógica dialética, em que uma maior verossimilhança entre a representação e o representado foi obtida por meio daqueles novos dispositivos. A imagem cinematográfica, inclusive, recria a ilusão do movimento, que teria a possibilidade de nos repor uma das dimensões perdidas pelas imagens estáticas: o tempo, o próprio devir. O desenvolvimento de outros tipos de dispositivos de captação/reprodução de imagens ao longo do século XX, através dos equipamentos eletrônicos, permitirá que novas imagens (televisivas, videográficas) sejam produzidas e passem a preencher o nosso cotidiano (SILVA, ROSSINI, 2009, p.20).

Na produção audiovisual a “edição tende, modernamente à velocidade: de cortes, de trocas de ângulos, de diversidade de planos, de movimento de câmara, de narrativa.” como afirma Silva e Rossini (2009, p.53). Além disso, a narrativa audiovisual traz outros mecanismos que garantem a presença do espectador em frente a tevê sem fazer com que ele se disperse e mude de canal, o que chamamos de segmentação, outro elemento televisivo

A segmentação ou serialidade da programação acarreta outras marcas televisivas, tais como chamadas, ganchos de tensão, formatos estáveis e repetições. Essas últimas permitem o ordenamento e a confirmação dos significados dos textos, trazendo segurança ao espectador. Assim, repetem-se os tipos de personagens – geralmente divididos entre bons e maus -, repete-se o perfil de apresentadores, repetem-se estilos de cenários, repetem-se tipos de narrativas e, ainda, horários de programas (SILVA, ROSSINI, 2009, p.51).

Os autores também comentam que a repetição e a continuidade proporcionam mais segurança ao espectador e dão sentido ao que se está assistindo, além é claro de garantir que o espectador fique ligado na programação. Todos estes dispositivos e formas de produção televisiva tem a intenção, mesmo que indireta, de prender a atenção do espectador.

2.2.1 O telejornalismo e a imagem

Os recursos audiovisuais trouxeram ao jornalismo uma maior realidade dos fatos. É como se as imagens gravadas fossem as provas de que o caso noticiado realmente tenha acontecido. As imagens, na produção televisiva, são os recortes da vida pública e privada que compõem as notícias nos telejornais. Nesse sentido, Amaral (2012, p.07) reafirma a importância da imagem no telejornalismo quando diz que “a imagem é considerada o elemento mais importante da televisão. No telejornalismo a imagem é fundamental por causa do seu caráter testemunhal”.

A linguagem visual no telejornalismo foi se aprimorando com o passar do tempo, mas sempre buscou estar cada vez mais próximo do espectador. As formas de se informar através das imagens, como constata Lage (2002, p.27), levam o formato televisivo cada vez mais à utilização de imagens que expressem a veracidade dos acontecimentos, principalmente quando nos referimos ao telejornalismo.

No caso do telejornalismo, os primeiros noticiários eram lidos diante da câmara. Logo se constatou que o fator analógico da mensagem radiofônica ganhava nova dimensão com a presença da imagem do locutor ou apresentador. Postos face a face, o espectador tende a encarnar nele o jornalismo, em sua expressão axiomática:

aparência, entonação e expressão facial tornam-se a moldura que determina o entendimento dos fatos (LAGE, 2002, p.27).

Hoje, na narrativa televisiva, a imagem está presente também no *lide*. Neste primeiro momento onde o apresentador fala das notícias que foram destaque no dia, as imagens complementam o relato do apresentador e procuram dar maior veracidade aos fatos como relata Lage (2002, p.28) “Nos noticiários de horário certo (os *evening News*, boletins do começo de noite, são os de maior audiência, em todo o mundo), as imagens das notícias aparecem como documentação do *lead* dito pelo apresentador ou da análise feita por um *anchorman*, editor-analista.”

Com as inovações tecnológicas o telejornal também passou a trabalhar com imagens virtuais para compor a informação. A utilização de mapas, desenhos criados no computador e simulações transformaram as imagens em virtuais e assim pode-se dizer que nem toda imagem reproduzida na tevê é puramente uma representação fiel à realidade.

Os profissionais responsáveis pela produção telejornalística sempre tiveram que trabalhar com o objetivo de transformar os conteúdos informacionais em conteúdos auditivos e visuais, utilizando-se para isso da edição pontuada de fragmentos de imagens, sons e entrevistas, captados na cobertura dos fatos e de elementos visuais como mapas e desenhos; com a utilização de programas específicos e a criação do conceito de videografismo, as imagens telejornalísticas que, em princípio deveriam mostrar os fatos reais captados pelo videocâmera, passam a mostrar elementos visuais que não existem ou não existiriam no local do acontecimento, gerando uma imagem virtual (AMARAL, p.12, grifo do autor).

Autores como Machado (2000) e Debord (1997), questionam o fato das imagens trazerem a “realidade” para a tevê. Alguns dizem que como as imagens são produzidas e editadas elas apenas representam cenas do cotidiano e nem sempre reproduzem a realidade pura. Amaral (2012) afirma que

Com a construção da imagem videográfica quebra-se o conceito cultural de que a imagem telejornalística é a representação do real, porque, mesmo guardando uma enorme semelhança com o objeto representado, e implicando no sentido da visão, as imagens videográficas não são reais, são simulacros, simulações da realidade (AMARAL, 2012, p.12).

Se a função do telejornal é informar o espectador através de uma narrativa audiovisual, que diferente, do rádio e até do jornal impresso, utiliza imagens, sons e texto verbal, independe da imagem por si só estabelecer uma informação. Ser a imagem real ou virtual não tem tanto significado para a compreensão da informação. Machado (2001, p.111) destaca que o telejornal não é necessariamente um meio onde a verdade absoluta tem de estar, mas um espaço onde os

fatos do mundo real são relatados. Com isso o autor diz que: “A questão da *verdade* está, portanto, afastada do sistema significante do telejornal, pois, a rigor, não é com a verdade que ele trabalha, mas com a enunciação de cada porta-voz sobre os eventos.” Neste sentido o papel da imagem no telejornal não é necessariamente mostrar a realidade, mas construir, junto com o discurso verbal, uma “representação da realidade”, visto que a imagem no telejornal sempre vai ser colocada como um fragmento da notícia.

Sendo o telejornal uma construção de notícias a partir dos acontecimentos do dia, as imagens aparecem para dar veracidade aos fatos num sentido de representar a “realidade” através de sucessões de fragmentos de imagens selecionadas e editadas conforme o que se quer mostrar. Além disso, Machado (2001, p.138) diz que “o tempo presente é um procedimento exclusivo da televisão, pois enquanto a fotografia e o cinema realizam o congelamento, petrificações de um tempo que, uma vez obtido, já é passado, a televisão apresenta o tempo da enunciação como um tempo presente ao espectador”. Com isso, as imagens ajudam a confirmar a veracidade dos fatos, na medida em que são registradas no tempo em que os fatos estão acontecendo, apesar de algumas reportagens utilizarem imagens de arquivos ou imagens virtuais, o que são relativamente mais esporádicas.

2.2.2 Imagem icônica

As imagens além de representarem a realidade também representam a si mesmas a partir do signo icônico que carregam. Os relatos visuais dos acontecimentos nem sempre trazem as imagens “puras”, verdadeiras. Em muitos casos se utilizam imagens icônicas para representar os fatos noticiosos. Joly (1999, p.50) diz que “a imagem é composta de diferentes tipos de signos: linguísticos, icônicos, plásticos, que juntos concorrem para a construção de uma significação global e implícita.” Sendo assim,

Na maioria das vezes, as imagens registradas assemelham-se ao que representam. A fotografia, o vídeo, o filme são considerados imagens perfeitamente semelhantes, ícones puros, ainda mais confiáveis porque são registros feitos, como vimos, a partir de ondas emitidas pelas próprias coisas (JOLY, 1999, p.40).

Imagem icônica é aquela que tem características que a definem como um objeto já visto, ou seja, no momento em que o espectador vê a imagem ela a assemelha a algo concreto que já viu antes. Isso faz com que a imagem represente o objeto ou a pessoa que se quer mostrar, se

aproximando das características semelhantes de cada um, para que dessa forma o espectador decifre as mensagens visuais, como define Joly.

A imagem é icônica quando “mantém uma relação de analogia com o que representa, isto é, com seu referente. Um desenho figurativo, uma fotografia, uma imagem de síntese que represente uma árvore ou uma casa são ícones, na medida em que se “pareçam” com uma árvore ou com uma casa” (JOLY, 1999, p.34).

Autores, como Joly (1999) e Aumont (1995) classificam a imagem icônica como a “imagem da imagem”. Uma imagem que traz significados ao “objeto” sem ser propriamente o “objeto”. Ela simboliza, ajuda a decifrar códigos visuais, mas não retrata a imagem real.

Como exemplo podemos citar as imagens icônicas que aparecem na apresentação da previsão do tempo. O mapa é uma imagem figurativa dos estados brasileiros. As imagens das nuvens e do sol são figurativas aos seus respectivos significados. Outro exemplo de imagem icônica é quando o repórter faz uma passagem de outro lugar em que não é possível registrar a imagem naquele momento específico, o que normalmente acontece com jornalistas que são correspondentes internacionais. O que aparece na tela da tevê é apenas uma foto do repórter e um mapa que identifica de onde o repórter está falando. As imagens não representam o repórter em si, pois não é ele que aparece, mas traz características (a foto do repórter ao telefone) que fazem o espectador decifrar a mensagem visual e compreender a informação.

Sendo assim, a imagem icônica é uma imitação da imagem real, carregada de símbolos. Mas tudo isso só é possível depois que o espectador já estiver familiarizado com as imagens que ele observa. Este sentido sensorial e visual é construído ao longo da vida e depende do contexto em que o sujeito está inserido. Além disso, a imagem sozinha não dá significado ao ícone. No caso dos telejornais a linguagem verbal é necessária para a compreensão da notícia. Por isso, Joly (1999) aponta que a imagem carrega três diferentes tipos de signos que se complementam e dão significado ao fato noticioso, compondo uma mensagem visual capaz de ser decifrada e compreendida.

O que se chama “imagem” é heterogêneo. Isto é, reúne e coordena dentro de um quadro (ou limite) diferentes categorias de signos: “imagens” no sentido teórico do termo (signos icônicos, analógicos), mas também signos plásticos (cores, formas, composição interna, textura) e a maior parte do tempo também signos linguísticos (linguagem verbal). É sua relação, sua interação, que produz o sentido que aprendemos a decifrar mais ou menos conscientemente e que uma observação mais sistemática vai ajudar a compreender melhor (JOLY, 1999, p. 38).

As imagens são o suporte da linguagem televisiva, como afirma Rezende (2000, p.43), “em termos sensoriais, o que distingue a TV (e o cinema também) dos demais veículos de

comunicação de massa é o fato de dispor do código icônico como suporte básico de sua linguagem.” A possibilidade da visualização das notícias deixa a informação mais próxima da realidade, dando um tom mais verídico e persuasivo.

A composição do cenário no telejornal também ajuda na interpretação da notícia. Para isso os telejornais usam de elementos icônicos compondo o cenário, através das cores, das formas e dos movimentos. Por isso, Maggioni e Peruzzolo (2013, p.11) dizem que, “o enunciário recebe elementos visuais que o ajudam a aceitar o conteúdo apresentado no programa. Estratégias que reforçam a persuasão.” Todos estes elementos visuais são necessários para que aja a compreensão da notícia e a atenção do espectador no telejornal.

Não podemos separar as imagens das palavras. Tevê se faz prioritariamente com imagens, mas sem o discurso verbal não é possível compreender a notícia. Uma imagem isolada não define a sua significação por completo, pois as pessoas interpretariam cada imagem de acordo com seus próprios conceitos e julgamentos. Desta forma, Brasil (2013) aponta que a tevê apresenta seus programas, tanto jornalísticos quanto de entretenimento, com a composição de linguagens (visuais, sonoras e textuais) o que permite que a maioria das pessoas se informem sobre os acontecimentos do dia através do telejornal.

A história da TV e do Telejornalismo não privilegiam palavras, sons ou imagens em sua narrativa audiovisual. A TV possui um formato hibridizado que converge as linguagens visuais, textuais e sonoras. A televisão e seu segmento noticioso recriam formas de narrativa audiovisual com a convergência de palavras, sons e imagens e tem nos telejornais ao vivo, em tempo real, uma fonte primordial para manter a população brasileira entretida e informada de assuntos locais, nacionais e internacionais. Apesar de todas as crises e ameaças digitais, a TV ainda desfruta de prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população. Importante frisar que essa narrativa híbrida de imagens com palavras enfatiza as próprias características do meio televisivo está sempre em constante evolução (BRASIL, 2012, p.108).

Segundo o autor, as inovações tecnológicas vieram para auxiliar no processo de produção dos telejornais. Sendo possível a inovação na maneira de informar a população e fazer com que a mensagem televisiva chegue a casa de todos os brasileiros. Cada vez mais os telejornais estão inovando e utilizando toda a potencialidade da mensagem visual em sua produção televisiva. Os cenários evoluíram e a apresentação dos telejornais também está se renovando, ainda que timidamente.

2.2.3 Imagem simbólica

As mensagens visuais são carregadas de significados. A interpretação das imagens depende muito de como as vemos e como fomos ensinados a decodificar suas informações.

Expressamos e recebemos mensagens visuais em três níveis: o *representacional* – aquilo que vemos e identificamos com base no meio ambiente e na experiência; o *abstrato* – a qualidade cinestésica de um fato visual reduzido a seus componentes visuais e elementares, enfatizando os meios mais diretos, emocionais e mesmo primitivos da criação de mensagens, e o *simbólico* – o vasto universo de símbolos codificados que o homem criou arbitrariamente e ao qual atribuiu significados. (DONDIS, 2007, p.85, grifo do autor)

Da mesma forma Dondis (2007), diz que a interpretação da imagem depende muito mais de nós do que da sua significação. Só reconhecemos um objeto ou uma pessoa quando estes já são familiares. O autor ainda destaca que, “para ser eficaz, um símbolo não deve apenas ser visto e reconhecido; deve também ser lembrado, e mesmo reproduzido” (2007, p.91) Assim a televisão utiliza imagens simbólicas para que estas sejam reconhecidas pelo espectador e lhes remetam a algo que é estruturado socialmente como um símbolo representativo.

Joly acrescenta ainda, que o ser humano produz símbolos para representar e criar associações de modo que as mensagens visuais sejam compreendidas de acordo com os simbolismos que carregam: “podemos compreender a imagem de uma pomba como a imagem da ‘paz’, assim como podemos nela ver só a imagem de uma pomba” (JOLY, 1999, p.120). Por isso o autor afirma que a mensagem visual simbólica necessita de uma interpretação mais profunda.

As imagens também estabelecem relações com o mundo e assim, Aumont relata alguns modos desta relação. O autor fala do modo simbólico onde “inicialmente as imagens serviram de símbolos; para ser mais exato, de símbolos religiosos”; o modo epistêmico quando “a imagem traz informações (visuais) sobre o mundo, que pode assim ser reconhecido, inclusive em alguns de seus aspectos não-visuais; e o modo estético “a imagem é destinada a agradar seu espectador, a oferecer-lhe sensações (aisthesis) específicas” (AUMONT, 1995, p.80).

Neste sentido as imagens agregam valores simbólicos que geram sensações nos espectadores que as visualizam. Esses símbolos são criados e estabelecem relações com o mundo e o ambiente em que vivemos.

Enquanto meio de comunicação visual impregnado de informação de significado universal, o símbolo não existe apenas na linguagem. Seu uso é muito mais abrangente. O símbolo deve ser simples e referir-se a um grupo, ideia, atividade comercial, instituição ou partido político. Às vezes é extraído da natureza. Para transmissão de informações, será ainda mais eficiente quando for uma figura

totalmente abstrata. Nesta forma, converte-se em um código que serve como auxiliar na linguagem escrita (DONDIS, 2007, p.93).

A marca de uma empresa ou de um programa é um símbolo carregado de significados. O “H” do Jornal Hoje é um símbolo do telejornal. Quando o vemos sabemos do que se trata e quais os significados que nos remetem; identificamos assim sua marca dentro do contexto de um programa televisivo. Do mesmo modo, os *logotipos*² do SBT, GLOBO e BAND, por exemplo, carregam símbolos próprios que os caracterizam como marcas de sistemas de televisão reconhecidos por todos que assistem aos seus programas.

Ainda quando falamos de imagens simbólicas podemos remeter as imagens que conhecemos desde crianças e que nos são apresentadas para dar significado as coisas dentro do contexto em que estão inseridas. O símbolo da Páscoa pode ser um “ovo” ou um “coelho”, por exemplo. Essas imagens quando representadas dentro deste contexto nos remetem a esta data comemorativa; já quando isoladas podem ter diferentes significados.

Mais conhecido de nós como uma linguagem visual que todos utilizamos é o simbolismo das datas festivas. Antes que nossa educação visual, como de fato acontecia, parasse tão abruptamente depois da escola primária, todos nós desenhávamos e coloríamos esses símbolos conhecidos para decorar a sala de aula ou leva-los conosco para casa. Sensíveis a seu enorme efeito publicitário, as empresas de grande porte passaram em pesa a sintetizar suas identidades e objetivos através de símbolos visuais. Trata-se de uma prática extremamente eficaz em termos de comunicação, pois, se, como dizem os chineses, “uma imagem vale mil palavras”, um símbolo vale mil imagens (DONDIS, 2007, p.94).

As imagens simbólicas são utilizadas na comunicação visual televisiva para auxiliar na interpretação das mensagens visuais. Os símbolos servem para exemplificar e trazer significados as coisas.

2.3 O cenário como composição do telejornal

Todos os programas televisivos são apresentados em um cenário desenvolvido de acordo com o formato e o estilo do programa. Os telejornais também são apresentados de um cenário devidamente estruturado, visando estabelecer relações entre os elementos que o compõem, auxiliando os apresentadores a conduzirem o programa televisivo. Cardoso (2009, p.19) define o cenário como “um elemento de composição da *cenografia*, uma *representação* plástica que

² Logotipo: é a marca, a identificação do telejornal. (PATERNOSTRO, Vera Íris. O texto na TV: Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: CAMPUS, 1999.)

delimita o espaço de encenação, compondo, com os outros elementos cenográficos, o espaço cênico”. Dentre as suas funções e suas influências estão o teatro e o cinema

O cenário para televisão, ainda que seja determinado em função das especificidades do sistema televisivo, mantém determinados traços dos cenários vindos do teatro e do cinema. Em especial, sua vocação para ser elemento comunicacional. Com isso, pode-se afirmar que o cenário cumpre, na televisão, as mesmas funções que já vinha cumprindo no teatro: (1) cooperar com a configuração do espaço cênico; (2) representar os espaços e tempos específicos nos quais se encontram as personagens e/ou apresentadores; (3) auxiliar na evolução do ator/apresentador em cena; (4) atuar como elemento de significação que, na articulação sincrética com os outros elementos da cena, transmite ao telespectador uma mensagem (CARDOSO, 2009, p.25).

Muitos são os elementos que compõem o cenário dos telejornais. Todos são importantes e devem estar inter-relacionados para poder comunicar alguma coisa ao espectador. Entre esses elementos podemos citar: a iluminação, as cores, os gráficos, os telões, os enquadramentos de câmera, a bancada, a redação que fica ao fundo do cenário, os figurinos dos apresentadores, as vinhetas e os *logotipos* que identificam o telejornal e até o espaço onde os apresentadores se movimentam. A função de comunicar a partir do cenário é muito importante nos programas televisivos.

A questão principal é a de que o cenário deve comunicar uma coisa específica. Alguma coisa que esteja imbricada entre as falas do texto. Alguma coisa que todos os outros elementos da cena buscam comunicar. Existe na encenação uma mensagem específica a ser comunicada, e é justamente essa mensagem que interessa ao espectador. Não a forma como ela se apresenta (no caso do cenário, como um telão de fundo, construído em estúdio, cidade cenográfica ou locação externa), mas o que ela significa (CARDOSO, 2009, p.28).

Os elementos que compõem o cenário do telejornal são importantes tanto para identificar o programa quanto para estabelecer uma relação de confiança com o espectador. Os programas jornalísticos também se preocuparam com a estética e com a beleza dos cenários, pois se notou a importância de atrair o espectador e tornar o jornal um ambiente harmonioso e visualmente bonito. É nesse sentido que Ribeiro (2010, p.13) reforça a importância do cenário para o telejornal avaliando que ele “cria um universo de imaginação na cabeça do telespectador”.

Da mesma forma, Raposo (2008, p.53) considera que, “ao elaborar um cenário, os profissionais do Departamento de Artes querem passar alguns conceitos aos telespectadores, mesmo que, para isso, seja necessário utilizar as formas figurativas”. Segundo o autor, a bancada é uma forma figurativa que carrega conceitos abstratos, dentre eles estão a solidez, a veracidade e a credibilidade por exemplo. Luís Carlos Lopes (apud, RAPOSO, 2008, p.53) atribui à bancada um significado particular no telejornal, ele diz que ela “funciona como um altar

profano de onde a verdade é emitida para o consumo público”. Apesar do significado que a bancada carrega, hoje alguns apresentadores não ficam só atrás da dela. Em alguns momentos eles apresentam o telejornal em pé. São os casos em que os apresentadores usam os telões de apoio para mostrar algum gráfico, ou para chamar um repórter de outro lugar, e até para momentos em que o programa convida entrevistados.

Outro ponto inovador e importante é a redação como fundo do telejornal. De acordo com Cardoso (2009, p.106), “esse cenário vivo, dinâmico, gera credibilidade e imprime maior veracidade às informações transmitidas pelo apresentador”. Enquanto o telejornal é apresentado, os outros jornalistas e repórteres continuam em busca e informações complementares e recebendo novas informações que podem ser úteis na construção do próximo telejornal.

Podemos perceber que os cenários televisivos passaram por inovações. Os formatos dos cenários de alguns telejornais ficaram mais parecidos com a sala das casas das pessoas, pois eles acabam colocando sofás e poltronas que deixam o ambiente televisivo mais aconchegante, parecido com o que temos na nossa casa, em particular na sala onde assistimos tevê. O figurino dos apresentadores também é essencial na composição do cenário e na configuração do jornal. Um figurino mais clássico dá ao jornal mais credibilidade e seriedade na informação.

Os cenários dos telejornais estão passando por renovações com o auxílio das tecnologias disponíveis no mercado. Os programas televisivos procuram inovar e estabelecer uma relação de proximidade com o espectador. Um cenário novo, com elementos visuais que estimulem a percepção e melhorem a captação das informações pelos espectadores é essencial para a renovação da linguagem e do formato dos programas jornalísticos, principalmente na sociedade em que vivemos, onde o visual é muito importante. Sendo assim, os telejornais precisam inovar nos seus formatos para garantir a audiência e a qualidade da informação.

3 JORNAL HOJE – A EVOLUÇÃO DO CENÁRIO DO TELEJORNAL

A Rede Globo de Televisão começou a se estabelecer no país em dezembro de 1957 quando o então atual presidente do Brasil, Juscelino Kubitschek, “outorgou à Rádio Globo S.A. concessão para estabelecer uma estação de radiotelevisão na cidade do Rio de Janeiro” (SILVA, 1985, p.30), e é até hoje líder em audiência e sinônimo de qualidade. Seus programas são realizados com uma estruturada produção adicionada à qualidade técnica e artística, como acrescenta Carlos Eduardo Lins da Silva no seu livro *Muito Além do Jardim Botânico*,

[...] a Globo realizou uma revolução técnica, gerencial e artística na televisão do Brasil. Não parecia que iria chegar a tanto quando entrou pela primeira vez no ar em 1965 o Canal 4 do Rio de Janeiro. Em menos de quatro anos, assumiria a liderança absoluta de audiência, a ponto de convertê-la em virtual monopólio e tornar comum a acusação de que se transformara numa espécie de um ministério extraoficial da informação no país (SILVA, 1985, p.30).

Com programas variados a Globo atende a todos os estilos de público. Das telenovelas as séries especiais, dos programas de auditório aos de entretenimento, dos programas esportivos aos de reportagens, até os telejornais. Arriscamos dizer que a Rede Globo entra na casa da maioria da população brasileira e influencia a vida de milhares de pessoas, e principalmente atua como formadora de opinião com a produção de quatro telejornais.

A Central Globo de Jornalismo se responsabiliza pela realização diária (na verdade de segunda a sexta-feira ou sábado) de quatro telejornais multitemáticos – Bom dia Brasil, Jornal Hoje, Jornal Nacional e Jornal da Globo – e um noticiário especializado – Globo Esporte. Incluindo o noticiário regional, a Rede Globo apresenta mais de três horas de telejornalismo por dia, e programas que duram de 2 a 45 minutos, mobilizando 400 jornalistas no Brasil e no exterior (Rede Globo de Televisão, 1997 apud, REZENDE, 2000, p.169).

A Rede Globo é uma referência no telejornalismo no Brasil e se caracteriza com a emissora com maior credibilidade no país. Dentre os quatro telejornais que a emissora apresenta o Jornal Hoje aparece com um programa jornalístico com um estilo diferente, se considerarmos as análises de Souza (2006). O autor diz que podemos classificar alguns telejornais dentro de um subgênero identificado como revista, pois, todo programa televisivo deve informar e, principalmente, entreter. As observações do autor destacam que nos programas jornalísticos toda a estrutura é analisada pelo público, desde a forma como a notícia é apresentada até os movimentos dos apresentadores e a composição do cenário.

Em suma, qualquer que seja a categoria de um programa de televisão, ele deve sempre entreter e pode também informar e educar. Pode ser informativo e educativo, mas deve também ser de entretenimento. Mesmo nos programas jornalísticos, o que entretém não é somente a notícia, mas também o cenário, o repórter na rua, os enquadramentos de câmera, a iluminação, as aberturas e vinhetas. Nós gostamos de dar uma “olhadinha” no figurino do apresentador, na gravata, no penteado da apresentadora, no terninho da moça do tempo, etc. Todos esses itens compõem os elementos do entretenimento na TV (SOUZA, 2006, p.17).

Para reafirmar esta classificação Souza (2006) esclarece que o gênero revista pode ser aplicado aos programas que trabalham com informação, como os telejornais por exemplo. Neste sentido, podemos dizer que o Jornal Hoje também pode ser denominado um programa do gênero revista, assim como o Fantástico, pois estes programas além de fornecerem a informação também trazem matérias de entretenimento, de acordo com a definição do gênero revista que o autor traz.

REVISTA – O formato, que também é classificado como gênero da categoria Entretenimento, pode ser aplicado nos programas da categoria Informação, recebendo uma reclassificação. A fórmula Revista compreende a apresentação de vários formatos – ao vivo ou gravado – de apresentador em estúdio chamando vários assuntos nos formatos entrevista, reportagem, videoclipe, entre outros formatos que garantem a multiplicidade de assuntos e informações (SOUZA, 2006, p.35).

Dessa forma podemos observar que o telejornalismo apresentado no Jornal Hoje carrega características de uma revista eletrônica. O programa jornalístico, da Rede Globo, é apresentado de segunda a sábado no horário das 13h20min, com duração de aproximadamente 30min. O telejornal contém uma programação variada com quadros que falam de turismo, qualidade de vida, saúde, artes, comportamento, entre outros, além e claro de abordar temas da atualidade e passar as principais notícias do dia. O ritmo rápido de apresentação garante mais dinamismo ao telejornal e essa mistura de informações deixa o programa com um tom mais *light* e descontraído. Portanto, podemos classificá-lo como um programa de *jornalismo de INFOtenimento*, por apresentar informação e entretenimento ao mesmo tempo.

A abertura do telejornal começa com a escalada³, com o uso do *teaser*⁴, lida pelo(s) apresentador(es). O programa é dividido em quatro blocos onde são apresentadas matérias diversas que incluem desde as notícias do dia até reportagens sobre comportamento, moda, cultura, celebridades, saúde, política, economia, entre outras.

³ São as manchetes em sequência que antecedem o início do telejornal. (CURADO, Olga. *A notícia na TV: o dia-a-dia de que faz telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002, p.136).

⁴ São as imagens do fato, acompanhadas ou não do som ambiente. (REZENDE, Guilherme Jorge de. *Telejornalismo no Brasil: Um perfil editorial*. São Paulo: Summus, 2000, p.147).

Desde a sua criação em 1971 no Rio de Janeiro, o telejornal assumiu um caráter de revista diária, onde eram produzidas matérias de artes, espetáculos e entrevistas. Após três anos, em 1974, passou a integrar todo o país contando também com matérias sobre música, cinema e as crônicas de Rubem Braga. Uma mudança no cenário em 1981 deixou o jornal mais moderno, que também passou a fazer matérias de turismo e ecologia, além de ter como destaque as entrevistas com celebridades.

O formato e o cenário do telejornal passam por mudanças novamente em 1991 e em 1999 o Jornal Hoje é apresentado nos novos estúdios da Rede Globo em São Paulo, ganhando mais destaque nacional. Em 2001, para comemorar os 30 anos do programa, o Jornal Hoje muda seu visual e traz um cenário inspirado no cubo. Desde a bancada até as vinhetas utilizam o formato do cubo na sua apresentação. Um ano depois o cenário muda novamente, trazendo cores mais leves e uma bancada com um formato ovalado. O telejornal passa a incorporar temas como comportamento humano, social e ético em 2003 mudando sua linguagem e atualizando o seu conteúdo.

A busca pela criatividade na forma de produção do telejornal sempre acompanhou seus produtores que acreditavam em uma linguagem coloquial sem a perda da seriedade e qualidade do programa. Em 2006 o telejornal aposta em um cenário que explora o metal. A bancada tem um visual mais moderno. O cenário da apresentação do programa passa a ficar separado da redação por uma estrutura de metal. Com objetivo de deixar o telejornal mais próximo do público, a Rede Globo investiu em um novo formato do cenário que em 2014 alterou a forma de apresentação do programa.⁵

Hoje os apresentadores deixam a bancada em alguns momentos e utilizam os espaços do cenário para apresentar ou chamar as reportagens e interagir com os outros jornalistas. O cenário conta com seis telões que se movimentam de acordo com as matérias a serem apresentadas e também para a apresentação da previsão do tempo. Os telões, de aproximadamente 4 metros, também ficam atrás dos apresentadores e complementam a informação com imagens que identificam as matérias ou reportagens que serão apresentadas. O telejornal também passa a utilizar tons mais neutros e cores mais claras na composição do cenário.

Porém, o mais importante na apresentação do telejornal é a figura dos apresentadores que tem a função de atuar como mediadores entre a informação e o espectador, como afirma CURADO (2002). Eles representam a emissora e carregam a função de informar com

⁵ Informações retiradas da internet: História do Jornal Hoje Memória Globo.

credibilidade e qualidade. Da mesma forma que se tornam personagens que se colocam no lugar dos espectadores com o objetivo de transmitir reciprocidade entre o que está sendo informado e o quanto as informações são relevantes para as pessoas que assistem ao telejornal. Olhar diretamente para a câmera faz com que o espectador receba a informação como se ele fosse a pessoa a qual o apresentador se reporta.

As mudanças que ocorreram no cenário a partir de 2000 serão descritas mais especificamente a seguir, de acordo com a metodologia proposta. A proposta metodológica aplicada à análise do cenário do Telejornal Hoje será desenvolvida com base nos estudos de Itania Maria Mota Gomes (2007) sobre o contexto comunicativo. A autora traz um conceito sobre este método de análise que o define como “aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa”, ou seja, é a maneira como um programa televisivo estabelece relações com o espectador.

A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos. Na nossa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento tem sido apropriado para ajudar a pensar como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um *estilo*, que o identifica e que o diferencia dos demais (GOMES, 2007, p.20-21).

A análise de um programa televisivo é muito complexa e, neste sentido, Gomes (2007) destaca a “necessidade da construção de operadores de análise que favoreçam a articulação dos elementos semióticos aos elementos discursivos, sociais, ideológicos, culturais e propriamente comunicacionais.” Para isso a autora destaca quatro operadores de análise que foram desenvolvidos: o mediador, o pacto sobre o papel do jornalismo, a organização temática e o contexto comunicativo. *O mediador* diz respeito ao relacionamento que os apresentadores, repórteres, correspondentes e comentaristas desenvolvem com a audiência através da postura profissional, da maneira como se apresentam para o espectador, como se dirigem ao público por intermédio dos diferentes enquadramentos de câmera; como estabelecem essa relação de familiaridade com o espectador. *O pacto sobre o papel do jornalismo* é a maneira como o programa lida com o telespectador na busca pelo reconhecimento e credibilidade. “É um pacto que define o que o telespectador pode esperar de um programa jornalístico” (GOMES, 2007, p.26). *A organização temática* diz respeito às formas de apresentação do telejornal, é o “modo específico de organizar e apresentar as diversas editorias e do modo específico de construir a proximidade geográfica com sua audiência.” (GOMES, 2007, p.27). E, por fim, o contexto comunicativo que é definido pela autora como

[...]contexto que compreende tanto emissor, quanto receptor e mais as circunstâncias espaciais e temporais em que o processo comunicativo se dá. A comunicação tem lugar em um ambiente físico, social e mental partilhado. Isso pode ser melhor explicado pelo recurso à noção de instruções de uso de um texto, ou seja, aqueles princípios reguladores da comunicação – os modos como os emissores se apresentam, como representam seus receptores e como situam uns e outros em uma situação comunicativa concreta. Um telejornal sempre apresenta definições dos seus participantes, dos objetivos e dos modos de comunicar, explicitamente (‘você, amigo da Rede Globo’, ‘para o amigo que está chegando em casa agora’, ‘esta é a principal notícia do dia’, ‘Agilidade, dinamismo e credibilidade é o que queremos trazer para você’, ‘você é meu parceiro, nós vamos juntos onde a notícia está’) – ou implicitamente – através das escolhas técnicas, do cenário, da postura do apresentador (GOMES, 2007, p. 25-26).

É a partir principalmente deste operador de análise, o contexto comunicativo, que vamos desenvolver nossa pesquisa sobre a evolução do cenário do Jornal Hoje de 2001 à 2014 (ANEXO A). Neste sentido buscamos estudar como um programa jornalístico estabelece sua identidade junto ao público através dos elementos que compõem o cenário e sua funcionalidade na divulgação da informação.

Para realizar a análise será feita uma descrição dos programas em cada ano onde ocorreram as mudanças no cenário do telejornal, ou seja, 2001, 2002, 2006 e 2014. Serão analisados alguns trechos do telejornal observando a estrutura do cenário, sua composição, os recursos utilizados, os apresentadores, as cores e a função da redação ao fundo do cenário. Desta forma buscamos observar as mudanças mais significativas para saber como elas podem contribuir na transmissão da informação.

Portanto, buscamos através desta pesquisa estudar como os meios de comunicação televisivos, neste caso o telejornal, usam as estratégias audiovisuais no cenário para apresentação da notícia, no sentido de aprimorar seus métodos de produção jornalística, pois como relata Gomes (2007, p.23), “a gravação ao vivo, as simulações, bem como infográficos, mapas do tempo, vinhetas, telões e cenários virtuais formam o conjunto dos recursos que, para além de credibilidade, dão agilidade e ajudam a construir a identidade dos programas e das emissoras.”

3.1 As mudanças

Como podemos observar, o Jornal Hoje passou os últimos anos com o mesmo formato e cenário e, desde 2004, os apresentadores que comandam o programa são os mesmos. Esta renovação que aconteceu em 2014 trouxe um novo ar ao telejornal e mostrou que as inovações tecnológicas desenvolvidas nos últimos tempos podem estar a serviço da informação e da

televisão. Portanto, as mudanças no cenário e estrutura do Jornal Hoje, nos últimos anos, nos faz pensar como os telejornais usam suas estratégias de comunicação na produção jornalística com o propósito de criar um estilo próprio e inovador na confiança de se estabelecer um elo ainda maior com o espectador.

Jornal Hoje em 2001

A partir de 2001 o telejornal é apresentado direto da redação. É a primeira vez que o programa aposta em uma bancada diferente das tradicionais com um estilo voltado ao cubismo.

Bancada



Figura 1 - Bancada Jornal Hoje em 2001

O Jornal Hoje estreia em 2001 sua nova bancada com um estilo diferente dos outros telejornais apresentados na emissora. Ela é em forma de cubo e fica posicionada em diagonal. A posição da bancada sem os pés dá a impressão de que ela está suspensa, no ar. O material parece ser vidro transparente nas laterais que com a iluminação ajudam a representar a marca do telejornal em tons diferentes. Ela fica junto a redação e no mesmo nível.

Cada apresentador fica em um canto da bancada usando-a como um suporte para os papéis, com o espelho do telejornal, que os auxiliam. Na parte de cima da bancada tem o desenho do H em um tom mais escuro, destacando a marca do telejornal. A bancada é iluminada em tons laranja e amarelo. Os apresentadores permanecem na bancada, sem muitos movimentos.

Apresentadores

A apresentação é feita por Carlos Nascimento e Carla Vilhena. Os dois apresentadores dividem a apresentação do programa e compartilham as informações com o espectador utilizando um tom de voz suave e impactante. Demonstram clareza e objetividade na narração. Eles utilizam pequenos gestos e poucos movimentos. Os apresentadores usam roupas formais e tem uma postura serena. São apenas os mediadores da notícia que em alguns momentos conversam entre si como se estivessem discutindo as informações apresentadas.

Cores

As cores predominantes do programa são o amarelo e o laranja, principalmente na bancada. Cores quentes e chamativas. Também são usados tons e texturas de madeira no chão e nas mesas da redação. Na redação também está presente a cor azul, que também aparece entre os pilares. Estes tons mais quentes, como o laranja, sugerem vida e intensidade. Já o azul dá um contraste e seriedade ao cenário.

Telões e telas



Figura 2 - Jornal Hoje em 2001 - telão lateral

O cenário é composto por um telão grande que fica do lado direito e é usado quando os apresentadores chamam um repórter ou uma reportagem especial ou para a previsão do tempo, que neste caso não é apresentada no cenário do telejornal, mas sim em outro estúdio. Nos outros monitores pequenos que ficam nos pilares aparece o *logotipo* do telejornal em movimento, o que visualmente reforça a identidade do programa e identifica o telejornal. No lado direito também tem uma tela grande com a imagem do mapa do mundo. No fundo em cima da redação ficam expostas diversas telas que exibem diferentes programas.

Redação

Ao fundo a redação aparece como se fosse parte do cenário. Em intensa movimentação os jornalistas ficam trabalhando na redação e isso dá a sensação de que as notícias estão sendo produzidas na hora, em tempo real, o que fortalece o significado de veracidade.

As principais características deste cenário são as cores fortes e o estilo da bancada em forma de cubo. Outro destaque é a redação que fica muito presente na apresentação do telejornal.

Jornal Hoje de 2002 a 2005

A partir de 2002 a linguagem e o conteúdo voltam-se a de um telejornal-revista. O programa também dá destaque a temas como o comportamento humano, social e ético.

Bancada



Figura 3 - Bancada Jornal Hoje em 2003

A bancada em 2002 muda de forma e fica mais ovalada, arredondada, com espaço para outros jornalistas convidados. Ocupa quase que todo o espaço do cenário. Tem linhas arredondadas e convexas. A parte de cima tem um desenho de um mapa do Brasil, o que destaca a relação que o telejornal estabelece com o país. A bancada tem tons claros, em amarelo e que imitam madeira. A bancada fica em um espaço elevado da redação e centralizada, desta forma é possível ver toda a redação ao fundo. A bancada é o centro das atenções, é para ela que o espectador deve centralizar sua atenção. Os apresentadores ficam lado a lado e centralizados. O desenho da bancada e a imagem em cima da mesa sugerem um globo terrestre, espaço de onde os apresentadores mediam a informação. Estas imagens reforçam a ideia do telejornal de trazer informações do Brasil e do mundo à todas as pessoas.

Apresentadores

Os apresentadores, Carlos Nascimento e Carla Vilhena conduzem o telejornal da bancada com auxílio dos espelhos do programa em folhas de papel que ficam expostos em cima da bancada. O Carlos Nascimento tem a função de conduzir o programa. É ele quem abre o telejornal. A roupa dos apresentadores tem um estilo clássico. O apresentador usa terno e a apresentadora um terninho feminino.

Eles se apoiam na bancada e não realizam muitos movimentos. Usam a entonação da voz para chamar a atenção do espectador em algum momento que se faz necessário para destacar alguma informação importante.

Cores

As cores do Jornal Hoje em 2002 exploram os tons mais claros como o amarelo em suas sobreposições e tons pastel. A madeira também é muito utilizada e seus tons de amarelo queimado são predominantes. Os tons mais claros expressam serenidade. Todo o cenário é composto por cores que não são distintas e por isso criam ainda mais a sensação de que a bancada e a redação fazem parte de um mesmo cenário; a parte da bancada é uma extensão da redação.

Telões e telas



Figura 4 - Telões e telas no Jornal Hoje em 2005

O programa tem um telão que serve para chamar uma reportagem especial e a previsão do tempo que fica posicionado no lado direito. Outros vários monitores estão devidamente espalhados pelo cenário nos pilares e mostram a logo do telejornal. Isso enfatiza a marca do programa. Além das diversas telas que ficam no fundo da redação e um telão maior que exhibe

a logo do telejornal, ficando em destaque bem ao fundo do cenário. A imagem do mapa do mundo no lado direito ainda complementa a informação de que o cenário do telejornal traz informações do Brasil e do mundo.

Redação

A redação ao fundo mostra os outros jornalistas trabalhando em função do telejornal demonstrando assim a busca pela informação e a legitimidade de fazer o jornal ao vivo, em tempo real. Em alguns momentos a impressão que o telejornal passa é de que os apresentadores estão dentro da redação. Isso afirma a ideia de que o telejornal está em produção. Os jornalistas ficam trabalhando para que as informações cheguem a casa dos espectadores com velocidade e veracidade.

Podemos dizer que a principal mudança no cenário em 2002 foi a bancada que muda de forma e tamanho. Ela ocupa agora quase que toda a estrutura do cenário. As cores também ficam mais claras com o uso do amarelo e textura de madeira. O programa continua utilizando um telão lateral.

Jornal Hoje de 2006 a 2014

Em 2006 o Jornal Hoje busca uma forma criativa de fazer um telejornal-revista, o estilo ao qual ele sempre buscou; com uma linguagem mais coloquial.

Bancada



Figura 5 - Bancada do Jornal Hoje com Evaristo Costa e Sandra Annenberg

A bancada é feita de metal, nos tons cinza e prata. Tem uma forma côncava com as laterais arredondadas. As laterais e o centro da bancada são de metal, a parte de cima é de

madeira. Em 2006 ela fica no mesmo nível da redação, porém, a partir de 2010 ela passa a ficar em uma estrutura elevada de madeira. Esta posição um pouco acima da redação traz referências de um altar, valorizando a importância dos apresentadores. Em cima da bancada tem dois computadores com os monitores fixos na mesa de maneira que ficam quase imperceptíveis, apenas o *mouse* e o teclado aparecem, além dos papéis com o espelho do telejornal. Os apresentadores ficam lado a lado. A bancada fica separada da redação por estruturas transparentes e de metal deixando assim a redação como plano de fundo, como uma segunda informação, pois o destaque são os apresentadores. A estrutura que separa a redação do espaço onde fica a bancada distanciou a redação da apresentação do telejornal. O programa que antes era apresentado junto à redação, quase como um elemento único, passa a ser dividido, o que dá mais destaque a parte central do cenário onde ficam os apresentadores, pois são eles que comandam o telejornal.

Apresentadores

Sandra Annenberg e Evaristo Costa apresentam o Jornal Hoje. Os apresentadores conduzem o telejornal dividindo as falas. Os dois interagem entre si e com os outros jornalistas que fazem parte do telejornal e conversam sobre os assuntos apresentados. A narração das notícias é acompanhada por gestos e expressões faciais onde os apresentadores refletem os seus sentimentos em relação ao que está sendo anunciado. A narração é mais informal abrindo espaço para comentários. As roupas dos apresentadores são formais e discretas. Eles ficam na bancada em toda a apresentação fazendo pequenos movimentos para se posicionar em frente às câmeras.

Cores

O chão tem um aspecto de madeira com os cantos iluminados com uma luz azul além de uma luz amarela e tons de laranja posicionada no chão do cenário e em baixo da bancada. Essas cores trazem leveza e equilíbrio ao programa além de serem uma identificação do telejornal que utiliza as tonalidades de laranja, amarelo e azul em todos os programas.

Telões e telas



Figura 6 - Jornal Hoje em 2010 – telões usados para conversar com outros repórteres e na previsão do tempo

O cenário fica dividido da redação por uma estrutura de acrílico e metal além de várias telas de diferentes tamanhos ao fundo, compondo o cenário da apresentação do telejornal. Nas telas aparece o *logotipo* do programa, a figura da letra H em amarelo e ao fundo da imagem o mapa do Brasil em tons de azul e amarelo que se misturam. Atrás dos apresentadores, no centro deles fica outra tela grande que serve para que os apresentadores conversem com outros repórteres. Na maior parte da apresentação a tela apresenta o *logotipo* do programa com o símbolo de identificação do telejornal. No lado direito fica outro telão que é utilizado na apresentação da previsão do tempo. A partir de 2010 o telão fica posicionado um degrau abaixo da bancada. É um espaço específico para a apresentação da previsão do tempo. No fundo da redação na parte de cima ficam expostas várias telas que passam diferentes canais e suas programações, o que representa que os produtores do programa estão ligados em tudo que acontece no Brasil e no mundo para levar a informação às pessoas.

Redação

A redação aparece ao fundo e faz parte do cenário. Em intenso movimento durante a apresentação do telejornal a redação representa a produção e a busca pela informação em todo o momento. O significado da redação é comunicar ao espectador que os jornalistas estão trabalhando para informar as pessoas. Apesar de ficar separada do espaço principal da apresentação do telejornal, a redação ainda exerce a função de expressar uma vigilância permanente e mostrar a produção do programa em tempo real.

As principais mudanças neste cenário foram a separação da redação do telejornal por uma estrutura de acrílico com metal onde também ficam expostos vários monitores exibindo o logotipo do programa; a forma e estrutura da bancada que passa a utilizar o metal e a utilização

dos telões. O telejornal possui um telão específico para a previsão do tempo e outro que fica atrás dos apresentadores para realizar a comunicação entre os apresentadores e outros jornalistas.

Jornal Hoje em 2014

Em 2014 o telejornal modifica todo o seu cenário. Inovando nas cores, na estrutura e na maneira de apresentar o programa. O Jornal Hoje retoma ao estilo telejornal-revista e busca maior proximidade com o público.

Bancada



Figura 7 - Bancada do Jornal Hoje em 2014

A bancada do Jornal Hoje em 2014 ganha um estilo mais moderno. Tem um computador para cada apresentador que fica imperceptível e é iluminada na parte de baixo com uma luz amarela. Fica posicionada bem no centro da estrutura circular elevada. A bancada é da mesma tonalidade do resto do cenário. Um tom branco com o uso de transparência. A bancada fica no nível mais alto e centralizada o que traz um significado de ser o altar de onde as notícias são relatadas ao espectador que vê nos apresentadores uma figura de autoridade.

Apresentação



Figura 8 - Apresentação do telejornal com apoio dos telões nas laterais do cenário

A apresentação do programa é feita por Evaristo Costa e Sandra Annenberg. Os dois interagem e em alguns momentos saem da bancada para apresentar uma reportagem ou conversar com outros repórteres através dos telões que se movimentam por toda a extensão do cenário formando pequenos telões nas laterais ou atrás dos apresentadores. Os apresentadores exploram todo o espaço para levar mais detalhes para o espectador. O uso dos telões auxilia na apresentação de gráficos que ajudam a esclarecer os fatos. Ao fundo no final da redação na parte de cima ficam as diversas telas que exibem diferentes programas.

Cores

As cores são neutras, com tons claros em branco e tonalidades que vão do amarelo ao laranja. Embaixo da bancada, nos degraus e em uma linha encima do cenário, por onde os telões se movimentam, tem uma luz amarela que destaca e dá vida ao cenário que é todo branco e transparente. Esses tons trazem leveza ao telejornal. O espaço onde a bancada fica posicionada é um semicírculo com um tom de cinza mais escuro para dar destaque a bancada. As cores neste cenário mudaram drasticamente. Em 2001 o telejornal utilizava tons laranja, depois foi modificando a tonalidade e utilizou tons mais amarelados até chegar ao tom mais neutro, como é empregado hoje na composição do cenário. O programa foi suavizando as cores na composição do cenário ao longo do tempo.

Telões e telas



Figura 9 - Telões na apresentação da previsão do tempo e em quadros especiais.

O telejornal tem seis telões que se movimentam por todo o espaço de apresentação do programa, dependendo da informação que vai ao ar. Os telões acompanham os apresentadores. Nos telões são apresentados gráficos, reportagens especiais e quando os apresentadores chamam outros repórteres para conversar e trazer informações complementares. Eles também são usados na apresentação da previsão do tempo. Quando os telões estão de frente eles se fecham e exibem o logotipo do telejornal compondo o cenário e reforçando a identificação do programa. No fundo da redação bem no alto, estão as telas que passam os diferentes canais e suas programações.

Redação



Figura 10 - Redação do Jornal Hoje em 2014

A redação fica ao fundo do telejornal em intensa movimentação representando a produção do telejornal. Ela fica um pouco mais afastada da parte principal da apresentação do programa onde está a bancada. O espaço destinado a apresentação do telejornal ficou maior e com isso possibilitou a locomoção dos apresentadores e de outros jornalistas (a apresentadora da previsão do tempo, os especialistas que participam de alguns quadros acompanhados de

outro(a) repórter). Desta maneira a redação acabou ficando mais afastada do cenário principal da apresentação do telejornal.

As mudanças que aconteceram em 2014 deixaram o cenário do telejornal mais dinâmico. Como principais características podemos citar os telões que agora se movimentam por toda a extensão do cenário; as cores que estão bem mais neutras assim como o uso da transparência e principalmente a forma de apresentar o programa utilizando os telões nas laterais, o que permite que os apresentadores saiam de traz da bancada e ocupem todos os espaços do cenário.

3.2 O contexto comunicativo no Jornal Hoje



Figura 11 - Evolução no cenário do Jornal Hoje de 2001 à 2014

A apresentação do Jornal Hoje sempre buscou inovação e maior proximidade com o público. Neste sentido, o telejornal aposta em mudanças no seu cenário e na forma de apresentar o programa para garantir assim, a audiência e a credibilidade na informação. As inovações no cenário têm muito do estilo do programa e da tendência cada vez maior ao telejornal-revista que aborda diferentes assuntos e busca além de informar, entreter.

O programa explora o uso de artifícios que chamem a atenção do espectador e tornem o telejornal um meio pelo qual as pessoas se informem e ao mesmo tempo se divirtam. Essa mistura entre informação e entretenimento, classificada por Dejavite (2006) como jornalismo de INFOtenimento, é muito frequente no Jornal Hoje. O programa aborda temas que falam de comportamento, qualidade de vida, moda, estilo, beleza, entre outros, além das notícias do dia. Essa forma de apresentar uma multiplicidade de assuntos e informações, como relata Souza (2006) ao definir o formato revista, faz com que o telejornal se diferencie dos programas jornalísticos do mesmo gênero.

Além disso, o horário em que o telejornal é apresentado, as 13h20min, no começo da tarde, se destina a um público mais específico. Diferente dos outros telejornais que são apresentados ou no começo da manhã, onde informações sobre o tempo e o trânsito são essenciais, ou seja, assuntos de utilidade pública tem prioridade; ou a noite, quando o telejornal apresenta um resumo dos acontecimentos do dia; o Jornal Hoje é apresentado no começo da

tarde com a função de abordar as notícias da manhã e conseqüentemente as notícias que estão acontecendo no momento. O telejornal também tem a função de prestação de serviços com quadros sobre mercado de trabalho, lugares turísticos no Brasil com o *Tô de folga*, decoração doméstica com o *Hoje em casa.com*. Por isso é um telejornal voltado às pessoas que estão em casa buscando informações complementares as que elas viram pela manhã e assuntos mais leves, pois à noite eles poderão acompanhar o desenvolvimento das notícias do dia nos outros telejornais.

Como podemos observar nos últimos tempos o cenário do Jornal Hoje passou por modificações e uma delas foi a bancada. A bancada representa, simbolicamente, o lugar de onde os apresentadores comandam o telejornal. É o espaço que serve para a mediação de eventos segundo Cardoso (2009, p.104). Neste sentido, ela serve como um elemento de divisão onde quem está atrás dela tem o poder de informar. Este poder é conferido a quem tem credibilidade e dispõem de todas as informações necessárias para divulgar acontecimentos mais relevantes do dia para o público que assiste ao telejornal.

Em 2001 a bancada do Jornal Hoje é em forma de cubo com cores bens vivas e chamativas. Podemos dizer que o cubo é um ícone, segundo (Joly, 1999), que representa solidez, estabilidade, por ter os seis lados iguais com uma simetria perfeita. A sua utilização em 2001 pode estar relacionada com a intenção do telejornal em transparecer equilíbrio e movimento, destacando a identidade do programa, explorando a tridimensionalidade. A cor laranja também expressa movimento e espontaneidade o que reforça o estilo do Jornal Hoje.

O desenho da letra H no meio da bancada destaca a marca do telejornal e identifica o programa. A bancada é bem pequena, com espaço apenas para os apresentadores e fica posicionada junto à redação. Só os dois apresentadores, Carlos Nascimento e Carla Vilhena, ocupam a bancada durante a apresentação do programa. São eles os responsáveis pela condução do telejornal delegando a função de complementar a informação aos outros jornalistas.

O telejornal é apresentado direto da redação. A exposição dos repórteres produzindo o telejornal e buscando a informação em tempo real aproxima ainda mais o programa do espectador. Com a função de provocar no público a sensação de que o jornal está sendo produzido na hora, a redação ao fundo impõe ao programa mais credibilidade, veracidade e realismo.

A busca pelo realismo, por sua vez, não se limita na televisão às narrativas. O telejornalismo também faz uso desse artifício na definição dos elementos cenográficos, em especial no uso das redações. Nesse caso, o que busca com a redação é imprimir o imediatismo da notícia na cena. A intenção é despertar no público a

sensação de que a informação vai ao ar no local onde ela nasce, de que a edição e o preparo da notícia são simultâneos à apresentação (CARDOSO, 2009, p.59-60).

A intenção do uso da redação como parte do cenário é informar que o telejornal está em intensa produção e que os jornalistas estão buscando atualizar as informações que serão transmitidas a todo o momento.

Em 2001, os apresentadores também utilizam um telão, que fica posicionado à esquerda da bancada, que serve de apoio na apresentação do programa, para chamar uma reportagem especial ou conversar com outros jornalistas e repórteres em outros lugares, além da apresentação da previsão do tempo. Os apresentadores exibem as diversas colagens de depoimentos relatadas pelos repórteres em diferentes lugares. Essa comunicação reafirma a função de mediação onde o apresentador tem auxílio de outros jornalistas para passar a informação ao espectador. Essa colagem de depoimentos é definida por Machado (2000) como os recortes que são feitos na montagem das notícias e reportagens. Muitas vezes o repórter está no local do acontecimento e com as imagens do local reafirma a veracidade dos fatos. Por isso, a apresentação em tempo presente dá ao telejornal maior credibilidade por trazer as notícias do momento e informações relevantes naquele tempo. Desta forma, Machado (2001) reforça a ideia de que as imagens garantem a veracidade dos fatos. Porém, o autor afirma que o telejornal trabalha com a enunciação dos fatos através de cada repórter, entrevistado, especialista que complementa a informação, afastando a questão da verdade absoluta sobre os acontecimentos. Cada pessoa que participa das notícias ou reportagens é considerada um “porta-voz dos eventos” (MACHADO, 2001).

Em 2002 a apresentação do telejornal continua sendo com Carlos Nascimento e Carla Vilhena que conduzem o programa de uma bancada bem maior, com um formato que se tornou ovalado, como se estivesse simbolizando o globo terrestre, e com tons mais claros; tons de amarelo queimado, imitando madeira. As mudanças nas cores, partindo para tons mais neutros, sem destacar nenhum elemento no cenário, se justificam, pois a apresentação do telejornal, ainda que junto à redação, agora tem um pouco mais de afastamento. Em cima da bancada tem uma imagem icônica que representa o mapa do Brasil. Como explica Joly(1999), a imagem icônica simboliza algo e ajuda a decifrar códigos visuais. Desta forma o espectador reconhece a função do telejornal de trazer informações sobre o Brasil.

A bancada possui agora espaço para outros jornalistas e ocupa quase que todo o espaço da apresentação. Para Luís Carlos Lopes (apud, RAPOSO, 2008) a bancada é um “altar profano de onde a verdade é emitida para o consumo público”. Desta forma, a bancada se destaca como um elemento importante na apresentação do telejornal. É o espaço destinado a divulgação da

informação ao espectador. Visualmente ela representa um objeto que determina que quem está atrás dela é o detentor da informação e conseqüentemente da verdade. Neste sentido, a bancada serve para reafirmar a divisão de poder, entre quem transmite a informação e quem a recebe.

Atrás da bancada os apresentadores delegam funções aos outros jornalistas e também recebem convidados para comentar assuntos específicos, como economia, por exemplo. A demonstração de autoridade conferida aos apresentadores, sob o aval da emissora, mesmo que implicitamente, interfere na interpretação da notícia pelo espectador. Isso porque a maneira como o apresentador narra os acontecimentos influencia na compreensão da notícia. Segundo Lage (2002) o espectador vê no apresentador o jornalismo através dos gestos, das expressões faciais, da entonação. Isso o ajuda a entender a informação, pois é o apresentador que conduz o telejornal e divulga a informação de maneira clara e objetiva.

A redação continua aparecendo ao fundo como forma de destacar a intensa produção do telejornal e tempo real e ao vivo, além de dizer ao espectador que a qualquer momento as notícias podem ser atualizadas. O cenário ainda dispõe de um telão ao lado esquerdo dos apresentadores que é utilizado para chamar uma reportagem especial, correspondentes internacionais ou a apresentação da previsão do tempo.

Em 2006 a bancada do Jornal Hoje muda totalmente. O telejornal passou a utilizar uma bancada mais neutra, sem cores, com textura em metal. O tom amarelo está presente apenas na iluminação do chão da bancada. E o azul aparece no *logotipo* do programa que fica exposto nos telões durante a apresentação do telejornal. Com formato em meia lua, elementos em metal e cantos arredondados, a bancada agora fica posicionada a frente da redação. Estruturas de metal e acrílico dividem a bancada da redação que fica em segundo plano. Isso não exclui totalmente a redação da apresentação, apenas cria um limite entre a produção e a apresentação do programa. Esse distanciamento se dá porque a função da redação de representar o telejornal em produção já não é mais tão relevante para a apresentação do programa. O espectador já absorveu esta informação que foi tão disseminada ao longo do tempo e por isso a redação não necessita de tanta ênfase.

A apresentação do telejornal com Evaristo Costa e Sandra Annenberg reforça novamente a linguagem e o conteúdo de um telejornal-revista. A atuação em frente às câmeras e a forma de se dirigirem ao espectador, como se estivessem contando uma história, refletem a intenção do programa de aproximação com o público que o assiste. Rezende (2000) afirma que o apresentador dá vida ao texto e com isso complementa a informação. É dele a responsabilidade de passar a informação de maneira que o público entenda.

As imagens são fundamentais na produção televisiva, mas, imagens isoladas não podem comunicar de maneira efetiva conforme afirma Joly (1999). É por isso que a função do apresentador, de narrar as imagens produzidas para a apresentação do telejornal, é fundamental. Sem a narração feita pelos apresentadores e a utilização dos recursos visuais que complementam as informações, não seria possível compreender o que as imagens de fato significam naquele espaço/tempo específico.

Nos últimos tempos, a partir de 2006, com a apresentação de Evaristo Costa e Sandra Annenberg, os comentários sobre as notícias aumentaram e eles estabelecem uma relação mais próxima com o espectador através de um jeito mais informal de passar a informação. O bate papo entre os apresentadores representa a conversa das ruas, das pessoas, o que já era destacado por Tarruela e Gil (apud, Dejavite, 2006) quando eles afirmam que a notícia *light*, estilo marcante no Jornal Hoje, tem como característica a “alimentação das conversas” por ser de fácil entendimento e de intensa circulação. Neste sentido, os apresentadores representam no programa os momentos que acontecem na vida real, o que gera a sensação no espectador de proximidade com os apresentadores do telejornal.

Os apresentadores conversam e debatem por alguns instantes a notícia ou o acontecimento, ressaltando a indignação ou a alegria como resultado do que foi divulgado. Os gestos, acenos, o olhar e a expressão facial revelam muito como os apresentadores se sentem em relação ao que está sendo relatado. Com isso, o espectador reconhece nos apresentadores um alguém como ele, o que garante maior proximidade com o público, pois a conversa entre os apresentadores simboliza o diálogo das pessoas em casa, nas ruas, no trabalho.

O telejornal também passou a utilizar algumas telas de diferentes tamanhos com o *logotipo* do telejornal, e uma tela, que parece uma tevê, atrás dos apresentadores, que na maior parte do tempo exibe o *logotipo* do programa, e em outros momentos serve para conversar com outros jornalistas. As exibições dos *logotipos* do telejornal nas telas espelhadas no cenário reforçam a identificação do programa pelo espectador que reconhece o “H” sendo a identificação do telejornal. Pois como afirma Dondis (2007), um símbolo para ser eficaz precisa ser lembrado e preferencialmente reproduzido.

Quanto mais o espectador ver o *logotipo* com a letra “H” e associá-la a marca do telejornal mais rápido será a identificação do programa, pois o símbolo (a letra H) carrega a identidade do Jornal Hoje. Segundo Dondis (2007), quanto mais o espectador estiver familiarizado com a imagem, mais fácil será a associação que ele fará com o que ela representa. Sendo assim, a comunicação visual será mais efetiva, considerando que o espectador reconhece o *logotipo* do telejornal e identifica o programa que está assistindo.

No novo cenário em 2014, diferente de 2006, as telas que ficavam atrás dos apresentadores foram substituídas pelos telões que se movimentam de acordo com a apresentação do telejornal, adquirindo diversos tamanhos quando se dividem e formando um grande telão de 4 metros quando estão todos juntos, bloqueando assim a visão da redação ao fundo. Os telões servem então como elementos que compõem o cenário e modificam a estrutura da apresentação do programa dependendo da maneira como os apresentadores narram os acontecimentos do dia e mediam os fatos que acontecem no Brasil e no mundo através das imagens. Pois, como afirma Garcia (2010), as emissoras utilizam os recursos da linguagem televisiva, apropriando-se das tecnologias disponíveis que dão mais agilidade na apresentação e ajudam a construir a identidade do programa.

Os telões ganham movimento, porém a utilização continua sendo a mesma. A grande modificação no cenário de 2014 com os telões foi que agora eles se movimentam por toda a extensão do cenário. São seis telões que se dividem em três para apresentação nas laterais e quando se fecham atrás dos apresentadores exibem o *logotipo* do telejornal.

De acordo com Machado (2000), a utilização dos *logotipos* pelo telejornal reforça a identidade visual do programa e são muito úteis para chamar a atenção do público. O autor destaca a importância dos *graphics* nos telejornais que visualmente são reconhecidos pelo público. Os apresentadores também utilizam os telões para exibir gráficos, conversar com outros jornalistas e para a apresentação da previsão do tempo. Os telões dão sensação de movimento e interatividade mesmo que entre os próprios apresentadores e os demais jornalistas.

Em 2014 o programa transforma todo o cenário do telejornal adotando tons neutros e até a transparência. Utilizam uma luz amarela, bem suave, nas linhas laterais, nos cortes da estrutura do chão onde existem os degraus, na estrutura por onde os telões se movimentam e em baixo da bancada. Esses tons mais claros trazem suavidade à composição do programa, o que faz com que o telejornal reforce a sua identificação como um telejornal-revista.

Como podemos observar, todos os elementos que compõem o cenário (a bancada, a redação, as telas e telões, a iluminação, os apresentadores, os *graphics*) devem comunicar através da mensagem visual do telejornal, além de expressar o estilo e reforçar a identidade do programa. Mas, acima de tudo, tem como função principal, divulgar informações capazes de comunicar algo ao espectador. Cardoso (2009) destaca que o cenário no telejornal deve ser neutro, ou seja, sua função é ajudar na compreensão das notícias sem ser o foco principal. “O cenário deve ser pensado como um elemento cujo principal objetivo consiste em valorizar gestos, movimentos e a fala do profissional do vídeo” (CARDOSO, 2009, p.68). O cenário não deve ter mais destaque do que as informações transmitidas pelos apresentadores no telejornal.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com esta pesquisa, desenvolvida através do contexto comunicativo como operador de análise, podemos observar que o cenário do Jornal Hoje de 2001 à 2014 sofreu significativas alterações no formato e no estilo de apresentação. Analisando todos os elementos que compõem o cenário do telejornal chegamos a conclusão de que as mudanças que ocorreram no cenário do programa ajudaram a construir a identidade do Jornal Hoje e a estabelecer uma relação de maior proximidade com o espectador, o que contribui para a construção da notícia. Além disso, o programa também estabelece uma relação de confiança e credibilidade com o espectador que se identifica com o telejornal e com os apresentadores.

Ao analisarmos os programas do Jornal Hoje podemos ressaltar que quanto aos critérios adotados para se estabelecer as mudanças no cenário do Jornal Hoje observamos que o programa aperfeiçoou os espaços utilizados na apresentação do telejornal. O cenário ficou visualmente mais harmônico, o que também influenciou na recepção das informações pelo espectador que fica mais atento ao telejornal, pois a percepção visual é mais significativa na recepção das notícias. Por isso, o cenário do Jornal Hoje foi pensado e estruturado de acordo com as possíveis inovações tecnológicas disponíveis que ajudam a melhorar a forma de apresentação do telejornal.

Durante a pesquisa constatamos que as telas e os telões contribuem na transmissão da informação visto que esses elementos são utilizados para complementar as informações. Os apresentadores usam todos os espaços do cenário e utilizam os telões para se comunicarem com outros jornalistas e para apresentar gráficos e imagens que auxiliam na compreensão da notícia. O objetivo do telejornal sempre foi divulgar as informações de maneira clara e objetiva, contemplando um maior número de pessoas, em diferentes lugares, abordando diversos assuntos. Neste sentido, o telejornal é produzido com a intenção de ser um programa jornalístico, informativo e de prestação de serviços, além de oferecer entretenimento ao espectador.

Além disso, quanto a influência dos recursos audiovisuais na apresentação do telejornal, destacamos a utilização dos telões com imagens reais e digitais que auxiliam na construção da notícia e/ou informação. Os apresentadores fazem usos de recursos audiovisuais como gráficos, diagramações visuais, tabelas e imagens que tornam os assuntos mais acessíveis aos telespectadores. A função dos telões como recurso audiovisual trouxe mais dinamismo e sensação de movimento à apresentação do programa.

Ao analisarmos as grandes inovações que se apresentaram neste novo cenário, destacamos as tecnológicas e a utilização das cores na composição do cenário. O uso dos telões que se movimentam por toda a extensão do cenário é essencial para a transmissão da informação, uma vez que possibilitam maior compreensão das informações através das imagens que são representadas neles. Já as cores, que se tornaram mais neutras, reforçam o estilo de jornal-revista empregado pelo programa.

Os apresentadores também foram analisados, no seu contexto comunicativo, dentro da apresentação do telejornal. Quanto a função deles neste novo modelo de cenário, podemos considera-los peça fundamental na apresentação do telejornal. Eles são os responsáveis pela mediação das informações, são os portadores da notícia e tem como função conduzir o programa. A imagem do telejornal também é construída pelos apresentadores. Sua postura, gestos, expressões faciais e entonação influenciam na forma de captação das notícias pelos espectadores. Os apresentadores passam credibilidade e confiança ao espectador que acredita no telejornal por creditar na “figura” do apresentador.

Neste novo cenário os apresentadores saem de trás da bancada para ocupar outros espaços. Deixar a bancada representa diminuir a distância entre o apresentador e o espectador. Na medida em que os apresentadores saem de trás da bancada e ficam em pé no cenário para conversar com outros jornalistas e diretamente com o espectador eles expressam a intenção de ficar mais próximo do público.

Quando pesquisamos a relação que o cenário estabelece com as notícias, chegamos a conclusão de que neste novo modelo, o cenário é parte da apresentação do programa. A conversa com os jornalistas através dos telões trouxe um maior dinamismo na apresentação do telejornal. Sua estrutura proporciona interação entre jornalistas, repórteres e entrevistados. Todos os espaços do cenário do Jornal Hoje são estrategicamente utilizados, tanto a parte central, onde fica a bancada, como as laterais por onde os telões se movimentam. Portanto, podemos dizer que a estrutura do cenário é fundamental na apresentação do Jornal Hoje. Neste novo cenário de 2014 a estrutura foi pensada para que todos os espaços fossem utilizados pelos apresentadores. Foram criados espaços de conversação nas laterais e com os telões é possível utilizar recursos audiovisuais que auxiliam na compreensão das notícias e na transmissão das informações. Visualmente o cenário estabelece características que o aproximam de um telejornal-revista, o formato com que o Jornal Hoje sempre se destinou a trabalhar.

Como o cenário deixou de ser apenas espaço de composição do telejornal, e é hoje também parte da apresentação - por ser estruturado de maneira que todos os seus espaços sejam utilizados durante a apresentação do telejornal – podemos dizer que o cenário do programa

nunca foi tão relevante para a apresentação do telejornal quanto neste momento. É com ele que o Jornal Hoje se diferencia dos demais telejornais da emissora. A estrutura do cenário capacitou mesclar informação com tecnologia e aproximar o público ainda mais do programa, garantindo assim credibilidade e confiança.

O Jornal Hoje foi modificando seu cenário e desta forma contribuindo na transmissão das informações, o que também deixou o programa mais próximo do público. Além disso, o telejornal foi construindo sua identidade e se consolidando como um dos telejornais com grande audiência na emissora, com um estilo próprio, ousado e inovador.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Leonel Azevedo de. *Entretenimento: valor-notícia fundamental*. 2008. Disponível em: <periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p13/10217>. Acesso em: 05 set. 2014.
- AMARAL, Neusa Maria. *A Virtualidade da Imagem Telejornalística*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXXV Congresso Brasileiro de Ciências de Comunicação. Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em: <www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-0661-1.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2014.
- AUMONT, Jacques. *A imagem*. Tradução Estela dos Santos Abreu e Cláudio C, Santoro – Campinas, São Paulo: Papirus, 1995.
- BRASIL, Antonio Claudio. *Telejornalismo Imaginário: Memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV*. Florianópolis: Insular: 2012.
- CARDOSO, João Batista Freitas. *Cenário televisivo: linguagens múltiplas fragmentadas*. São Paulo: Annablume, 2009.
- COUTINHO, Iluska. *Lógicas de produção do real no telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido nos telenoticiários*. In: GOMES, IMM., org. *Televisão e realidade* [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. 298 p. ISBN 978-85-232-0671-0. Disponível em: <pt.scribd.com/doc/201477659/Televisao-e-Realidade>. Acesso em: 22 ago. 2014.
- CURADO, Olga. *A notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz Telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DEJAVITE, Fabiana Angélica. *INFOtenimento: Informação + entretenimento no jornalismo*. São Paulo: Paulianas, 2006.
- DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. Donis A Dondis; tradução Jefferson Luiz Camargo. – 3ª ed. – São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- GARCIA, Beatriz Moreira Cervino. *Modo de endereçamento no formato CQC: uma análise do CQC Brasil e do CQC Argentina*. 2010. Disponível em: <www.facom.ufba.br/portal/wp-content/uploads/2012/02/monografia.pdf>. Acesso em: 27 ago. 2014.
- GÓIS, Veruska Sayonara. *A Ética e a Informação Jornalística*. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-etica-imagem.pdf>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- GOMES, Itania Maria Mota. Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. 2007. Disponível em: www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/126/126. Acesso em: 02 set. 2014.

JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Tradução Marina Appenzeller – Campinas, São Paulo: Papyrus, 1999.

LAGE, Nilson. *Linguagem jornalística*. São Paulo: Ática, 2002.

LEAL, Bruno Souza. *Reflexões sobre a imagem*. 2006. Disponível em: <www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/61/61>. Acesso em: 27 ago. 2014.

MACHADO, Arlindo. *Televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

MAGGIONI, Fabiano; PERUZZOLO, Adair Caetano; MAGGIONI, Márcia Bandeira Landerdahl. *Valores da centralidade na apresentação do telejornal: uma aproximação das artes e da neurobiologia*. Seminário Internacional de Pesquisa em Comunicação – Epistemologia e desafios da pesquisa no campo da comunicação. 15 a 17 de outubro de 2013 na UFSM. Disponível em: <coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1-997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/Artigo-Sipecom-2013-Fabiano-Maggioni.pdf>. Acesso em: 21 ago.2014.

RAPOSO, Bernardo Portugal Silva. *A construção da imagem no telejornalismo: processos perceptivos e persuasivos*. Capítulo 3 – *Compondo a imagem da notícia*. 2008. Disponível em: <www.maxwell.vrac.puc-rio.br/13367/13367_4.PDF>. Acesso em: 25 ago. 2014.

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

RIBEIRO, Bruno Carlos Batista. *A importância do cenário na composição do produto televisivo: O caso do NBR Notícias*. 2010. Disponível em: <www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2065/2/20563746.pdf>. Acesso em 03 set. 2014.

SILVA, Alexandre Rocha da; ROSSINI, Miriam de Souza (Coord.). *Do audiovisual às audiovisualidades: convergência e dispersão das mídias*. Porto Alegre: Asterisco, 2009.

SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *Muito além do jardim botânico*. São Paulo: Summus, 1985.

SOUZA, José Aronchi de. *Televisão, gêneros e linguagens*. 2006. Disponível em: <www.tvbrasil.org.br/fotos/salto/series/161649Televisao.pdf>. Acesso em 18 set. 2014.

Sites consultados:

Distrito Federal está em alerta por causa da baixa umidade do ar. Disponível em: <globo.com/rede-globo/jornal-hoje/t/edicoes/v/distrito-federal-esta-em-alerta-por-causa-da-baixa-umidade-do-ar/3699489/>. Acesso em: 19 out. 2014.

Especialista fala sobre trabalhos temporários. Disponível em: <globo.com/rede-globo/jornal-hoje/t/quadros/v/especialista-fala-sobre-trabalhos-temporarios/3693905/>. Acesso em: 19 out. 2014.

História do Jornal Hoje. Disponível em: <g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>. Acesso em: 22 ago. 2014.

Jornal Hoje completa 40 anos. Disponível em: <www.youtube.com/watch?v=8OS2FRB4oDQ>. Acesso em: 20 out. 2014.

Memória Globo – Jornal Hoje. Disponível em: <memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/jornal-hoje/cenarios.htm>. Acesso em: 27 set. 2014.

ANEXO**ANEXO A - DVD: Vídeos da análise - TCC Jornal Hoje**