

## O Jornalismo de TV como Prestador de Serviços ao Telespectador Brasileiro<sup>1</sup>

Hércules MOREIRA<sup>2</sup>

Universidade de Mogi das Cruzes, São Paulo, SP

### RESUMO

Este artigo tem como principal objetivo analisar de que maneira o telejornalismo pode ser uma importante ferramenta de prestação de serviços aos telespectadores brasileiros não apenas no sentido de informar, mas também de contribuir com o desenvolvimento social e cultural das pessoas. Para isso, utilizaremos como objeto de estudo o “Bom dia São Paulo”, da TV Globo, exibido para todo o estado paulista. Por meio de uma abordagem qualitativa foi realizada uma análise de conteúdo aliada a um estudo bibliográfico, cruzando assim, teorias da comunicação televisiva, dados estatísticos e observação.

**PALAVRAS-CHAVE:** telejornalismo; prestação de serviços; televisão; audiência.

### O BRASILEIRO AINDA VÊ TV?

A televisão é uma das mídias mais presentes na vida das pessoas. E essa afirmação não faz parte do senso comum e sim das principais pesquisas sobre mídia no Brasil. Sendo assim, com essa dimensão que ela alcança, a sua responsabilidade também pode ser “estendida” afinal, mesmo sabendo que ela chegou ao país para informar e entreter, muitas pessoas atribuem a ela outras características marcantes como educar, incluir, democratizar, socializar. De acordo com Orozco Gómez (2014, p.43), “a televisão não educa, mas as crianças aprendem dela sim”.

Há muito tempo a TV deixou de ser apenas um eletroeletrônico na sala de visita do brasileiro. Ela é muito mais: quase um membro da família, uma companhia mesmo. Portanto, a resposta para a pergunta “o brasileiro ainda vê TV” é sim. E muito!

A TV brasileira conquistou em menos de cinquenta anos o que provavelmente nenhuma outra indústria conseguiu no século inteiro. Na década de 1990, de acordo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor do curso de Comunicação Social da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC - SP); Mestre em Políticas Públicas na linha de pesquisa Políticas Culturais: Diversidade e Cidadania (UMC - SP); MBA em Comunicação e Marketing (UNICSUL – SP); Especialista em Comunicação Televisiva (UNIBAN – SP); Graduado em Jornalismo (UNICSUL – SP). E-mail: [herculeszoom@gmail.com](mailto:herculeszoom@gmail.com)

---

com o IBGE, o país tinha 87% de casas com televisão e só 82% com ouro eletrodoméstico. Para Junior (2002, p.57), “a TV era mais importante do que a geladeira para o brasileiro, como mostrou os dados do instituto de pesquisa”.

Os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM 2016) comprovam a intensidade, e a fidelidade, do telespectador brasileiro. A televisão aparece em primeiro lugar absoluto, quando 63% das pessoas entrevistadas afirmaram se informar por meio dela e apenas 26% afirmaram preferir a internet, seguida pelo rádio, com 7%. Outro indicador importante da pesquisa foi que 77% dos entrevistados afirmaram ver TV todos os dias da semana, comprovando assim que televisão é um hábito, por isso a fidelidade é algo tão importante de se compreender para quem faz ou estuda essa mídia.

As pessoas vivem normalmente em dois mundos. Um deles é o das coisas práticas: o trabalho que se tem que fazer, fora ou dentro de casa, os lugares onde se precisa ir, as compras indispensáveis e ainda outras coisas que se reúnem sob o rótulo de obrigações (...). Ao lado desse mundo, há um outro, o da fantasia. É puramente mental, interno, subjetivo. Nele nos entregamos aos sonhos; é praticamente ele que move o outro (...). (MARCONDES FILHO, 1998, p.7)

Muito mais do que informar, a televisão faz exatamente isso: consegue entreter as pessoas. Ela é tão eficaz que consegue fazer com que as pessoas sonhem, idealizem algo. Para Marcondes Filho (1998, p. 7) “a televisão entra aí, no nível da fantasia, mesmo que mostre, nos telejornais, fatos e acontecimentos ligados ao mundo das obrigações, tão distantes das fantasias”.

Sendo assim, mais do que utilizá-la como objeto de estudo, estudar televisão hoje é entender sobre comportamento e necessidades de uma audiência que existe, a acompanha e “usa” os produtos oferecidos por ela.

## **TELEVISÃO: A PROTAGONISTA DAS MÍDIAS BRASILEIRAS**

Após analisarmos a força que a televisão ainda tem na preferência dos brasileiros, já que ela aparece em primeiro lugar como mídia mais consumida no país, vamos entender melhor de que maneira a TV consegue fidelizar as pessoas por meio de algumas estratégias bem comuns, mas nem sempre conhecidas.

Uma de suas principais armas é uma “chamada” bem feita. Segundo Palace (2016) as chamadas servem como peças confeccionadas para a autodivulgação das emissoras de TV dentro de seu próprio espaço, fazendo uso de imagem dos programas, suportes gráficos, locução, trilha e efeitos sonoros. Para isso, a construção de uma

chamada em TV deve cumprir algumas finalidades, ainda de acordo com Palace (2016): preencher os breaks, sedimentar a personalidade da emissora, promover a programação e estimular a audiência.

Outras estratégias também são bastante utilizadas. Uma delas, é claro, é aproveitar a força que a televisão tem, já que ela utiliza a imagem como objeto de persuasão.

As imagens visuais, as imagens auditivas, as imagens mentais e conceituais, aquelas mesmas imagens que ajudaram a povoar o imaginário da criatividade humana, que ajudaram o home a construir a sua segunda natureza, entraram em processo de proliferação exacerbada (BAITELLO JUNIOR, 2000, p. 6).

Claro, são várias as maneiras que a mídia utiliza para “prender” a atenção das pessoas, mas não há como negar que, entre todas as mídias, a televisão consegue fazer isso mais facilmente, utilizando esse poder que ela tem em unir som e imagem por meio do vídeo.

Sendo assim, não apenas como fonte de informação e entretenimento, a TV também pode contribuir no desenvolvimento social e cultural das pessoas, por meio de uma programação de qualidade, que atenda as necessidades dos telespectadores e ao mesmo tempo o influencie de maneira positiva a entender/compreender o que está a sua volta. Por isso, é tão importante compreender a televisão de maneira geral, entendendo até mesmo como ela pode ser classificada.

O estudo do gênero dos programas exige a compreensão do desenvolvimento da televisão sob vários aspectos, inclusive o tecnológico. A identificação da televisão sob vários aspectos, inclusive o tecnológico. A identificação dos recursos para produção de um gênero permite escolher a tecnologia adequada de áudio, os efeitos especiais no vídeo, o uso do equipamento, enfim, as aplicações técnicas adequadas às várias produções, em canais diferentes. (ARONCHI DE SOUZA, 2004, p. 30)

## **ANÁLISE: BOM DIA SÃO PAULO**

O “Bom Dia São Paulo” é exibido de segunda a sexta das 6h às 7h30 pela Rede Globo de Televisão e apresentado pelos jornalistas Rodrigo Bocardi (apresentador principal) e Glória Vanique (uma espécie de apresentadora-assistente). Na primeira 1h10 o jornal é veiculado para todo o estado e nos últimos 20 minutos entra no ar os

---

chamados “praças” em várias regiões da capital paulista, produzido por afiliadas da TV Globo.

A análise sobre as reportagens e linguagem do telejornal foi realizada no dia 5 de julho de 2018. Uma das principais características do jornal é que ele tem uma linguagem mais solta e, ao contrário de outros telejornais da própria emissora, os apresentadores não ficam presos apenas ao teleprompter (TP).

A análise da estrutura narrativa desses telejornais revela que os blocos já não têm sempre duração fixa. A bancada do âncora é menor do que a tradicional, e o estúdio é elaborado para facilitar a movimentação dos jornalistas, de maneira mais recorrente do que nos noticiários televisivos de rede do chamado horário nobre. (BECKER, 2016, p.49).

O jornal começa mostrando imagens das grandes avenidas da capital paulista e, em seguida, a escalada com entrada de repórteres ao vivo de vários pontos/cidades do estado. Nessa edição as matérias em destaque na escalada foram: Gastos excessivos com gráficas de deputados da Assembleia Legislativa de SP, Barcas Santos-Guarujá apresentam má qualidade, Apreensão de drogas na grande SP, Cursos preparatórios para concursos públicos e Dicas de férias para as crianças da capital e interior mostrando a situação dos trens e metrô da capital paulista.

Já pela manhã, os trens apresentaram falhas técnicas e apresentadores sugerem novas alternativas de transporte público para quem ainda vai sair de casa. Um mapa interativo da própria Companhia Paulista de Trens Metropolitanos de São Paulo (CPTM) é utilizado para mostrar as estações afetadas pelo problema. Aqui o apresentador ressalta a importância da participação dos usuários da Linha Safira que apresentou problemas, pois a CPTM emitiu um comunicado à equipe de reportagem de que a situação já estava normalizada, mas Rodrigo pediu para que os usuários/telespectadores enviassem mensagem ratificando a informação concedida pela empresa de transportes públicos.

O apresentador lembrou os telespectadores de utilizar as redes sociais para enviar as mensagens: *Twitter*, por meio da *hashtag* (#bdsp) e número do *WhatsApp* (11-94200-4444).

Em seguida, câmeras espalhadas pela cidade mostraram a situação do trânsito e o clima (muito nevoeiro na manhã da quinta-feira, dia 5). A apresentadora Glória Vanique sugere maior cautela por parte dos motoristas que vão sair de casa e pegar

alguns trechos devido à forte neblina. Além das estradas, a apresentadora fala sobre a situação dos aeroportos (Cumbica e Congonhas) e informa que devido aos nevoeiros a visibilidade estava reduzida nos dois aeroportos. Utiliza também o aplicativo Waze para informar as condições de ruas, avenidas e rodovias mais movimentadas do estado. Nesse momento, informa sobre um acidente numa rodovia e sugere alternativas para os motoristas não ficarem presos no trânsito.

Motolinks também mostram a situação das principais marginais da capital. Já o Waze, novamente é utilizado, agora para mostrar os corredores de ônibus (transporte coletivo).

Nos primeiros dez minutos, o telejornal apresentou informações no formato prestação de serviços aos telespectadores, além de utilizar/sugerir a todo o momento a participação da audiência por meio das redes sociais.

Em matéria de comunicação ou na articulação social para o empoderamento de meios de comunicação ela é ainda mais complexa, já que a relação das pessoas com tais canais de expressão se tem dado mais em função da condição das consumidoras ou receptoras de mensagens do que como protagonistas de conteúdos. (PERUZZO, 2007, p. 123).

Somente após os primeiros dez minutos, as reportagens começam a ser exibidas:

<b>Assunto:</b> Apreensão de drogas na capital paulista com o seguinte
<b>GC:</b> Operação contra o tráfico de drogas – Polícia encontra 800 quilos de maconha enterrados São Bernardo
<b>Duração:</b> 1’20”
<b>Estrutura:</b> Off, passagem, sonora com o delegado + nota pé
<b>Obs.:</b> O apresentador corta o comentário sobre a notícia para informar que o aeroporto de Congonhas fechou devido ao forte nevoeiro. O assunto “apreensão de drogas” continua com uma nota pelada sobre outras apreensões pelo estado.

- Break do telejornal
- Antes a chamada de duas reportagens, com entrada, ao vivo de repórter
- Informa horário, imagens de motolinks na avenida Rebouças
- Telespectadores enviam vídeos com os dizeres: “Bom dia SP volta já”
- Vinheta

<b>Assunto:</b> Gastos excessivos com gráficas de deputados da Assembleia Legislativa de SP com o seguinte
<b>GC:</b> Gastos da Assembleia Legislativa – Deputados estaduais gastaram R\$ 15,5 milhões com gráficas desde 2015
<b>Duração:</b> 6'6"
<b>Estrutura:</b> Off, sonora, entrevista com um professor de contabilidade que reforçou a importância da NF aparecer com o endereço da gráfica
<b>Obs.:</b> Três repórteres envolvidos na investigação. 20 gráficas comprovaram por meio de NF; 3 apenas mostraram exemplos de boletins emitidos e 10 gráficas não comprovaram por meio de NF. Repórteres procuraram todos os endereços das gráficas e nem todas existiam. Eles conseguiram as notas por meio da Lei de Acesso à informação. Corregedor da Assembleia Legislativa se comprometeu a investigar a denúncia do telejornal. Apresentador comenta, com ironia, a investigação que será realizada e ressalta a importância do eleitor votar com consciência, levando em consideração esse tipo de denúncia. Apresentador lê notas enviadas pelos deputados (com ironias na entonação) e ressalta que todos negaram falar aos repórteres, mas enviaram as notas.

O telejornal seguiu mostrando imagens da cidade: trânsito em algumas avenidas principais (Aricanduva e Marginal Tietê, Radial Leste, Estrada do Mboi Miriam). Waze mostrando os pontos mais congestionados. Motolinks também mostram imagens do trânsito, informando que a faixa reversível, já havia sido montada, prestando novamente serviços aos telespectadores/motoristas que utilizarão aquela via. Em seguida, informações sobre o forte nevoeiro na capital e a previsão do tempo para o dia. Apresentadora sugere cautela devido ao nevoeiro e explica o porquê ele se forma.

O jornal segue mostrando uma passagem, ao vivo, com repórter falando sobre a seca Itapetininga (cidade enfrenta a maior seca dos últimos 18 anos) + nota pelada.

<b>Assunto:</b> Insegurança em estação de trem
<b>GC:</b> não tem
<b>Duração:</b> 3'50"
<b>Estrutura:</b> passagem ao vivo e sonoras
<b>Obs.:</b> Começa com passagem ao vivo, sonora com usuário do transporte público. Já gravada, sonora com representante da CPTM defende a companhia dizendo que vigilantes fazem a ronda nos trens etc. Internautas/telespectadores dementem o representante da CPTM utilizando mensagens no twitter que o apresentador lê ao vivo. CPTM confirma 3 arrastões em 2018 em estação de trem em Santo André. Novamente, passagem de repórter, ao vivo, direto da estação.

O telejornal trouxe também as estreias do final de semana no quadro “G1 novidades” que teve duração de 2 minutos usando o formato boletim. Em seguida, trouxe uma programação de férias para as crianças: dicas de atividades, shows e passeios durante o mês de férias, todos gratuitos. Notas peladas lidas pelo apresentador. Mais duas entradas ao vivo de dois repórteres de cidades do interior.

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>- Break</li><li>- 3 repórteres mostram ao vivo as próximas notícias que virão após o comercial</li><li>- Telespectadores enviam vídeos com os dizeres: “Bom dia SP volta já”</li><li>- Vinheta</li></ul> |
|--|

Na volta do break, o apresentador Rodrigo Bocardi interage com Chico Pinheiro, do Bom Dia Brasil, que mostra os destaques do telejornal que entra no ar logo após o “Bom dia São Paulo”. O bate-papo entre os dois apresentadores é bastante descontraído.

<b>Assunto:</b> Cursos preparatórios para concursos
<b>GC:</b> Planejando o segundo semestre – Concurso público é opção para quem busca estabilidade e salário
<b>Duração:</b> 3’20”
<b>Estrutura:</b> Off, passagem, sonora com diretor de cursinho e com uma espécie de consultor para concursos
<b>Obs.:</b> não se aplica

<b>Assunto:</b> Aumento no preço do botijão de gás de cozinha
<b>GC:</b> Botijão de gás de cozinha mais caro – Petrobrás anunciou aumento de 4,4% nas refinarias a partir de hoje.
<b>Duração:</b> 3’
<b>Estrutura:</b> passagem ao vivo
<b>Obs.:</b> Infográfico mostrou a evolução do aumento

O telejornal segue trazendo uma nota pelada sobre o caso da menina Vitória Gabriell, assassinada em Araçariguama, SP. Passagem, ao vivo, do repórter, informa que a polícia diz que já sabe quem foi o mandante do crime.

Os apresentadores atualizam a situação das estradas informando sobre dois acidentes com vítimas na Rodovia Dutra. Em seguida, apresentador se despede das cidades do interior e litoral – jornais praças entrarão no ar: 7h10.

<b>Assunto:</b> Vistoria em ocupações da capital paulista
<b>GC:</b> Prefeitura de SP vistoria ocupações – até 12 de junho, 27 prédios foram vistoriados, a maioria no centro
<b>Duração:</b> 3’
<b>Estrutura:</b> Off, passagem, off e sonoras
<b>Obs.:</b> Eram pra ser 70 prédios vistoriados. A matéria fez relação com o desabamento/incêndio do edifício que Wilton Paes de Almeida Leite, em maio de 2018.

Em formato nota pelada, o telejornal mostrou as filas nos Centros de Referência de Assistência Social e também sobre a queda dos preços em feiras, estabelecendo relação também com o fim da greve dos caminhoneiros. Apresentadores novamente falam sobre a situação no transporte público na capital e o clima.

Ainda em formato de nota pelada, apresentadores mostram a operação policial na zona norte de São Paulo para prender quadrilha acusada de roubo de carros e já no final do telejornal, uma atualização sobre a situação do aeroporto de Congonhas (vôos liberados para decolagens, mas não abriu para pousos devido ao forte nevoeiro).

O final do jornal, mostrou uma narrativa bem descontraída dos apresentadores, seguido de BG e créditos. Rodrigo Bocardi diz: *“Toca a música. Dureza hoje, hein. Ainda bem que vocês estavam aí para dar aquela força e carregar a gente aqui juntos nessa jornada de quinta-feira que só está começando e que ela seja boa pra você: 7 horas e 28 minutos. Vou sair aqui da frente para mostrar o nevoeiro e o nome do time brilhando na tela do Bom dia SP e lá no Globo Play tem tudo que você quiser ver e rever...valeu pessoal”*.

De acordo com o Kantar Ibope Media, o telejornal atingiu uma média de 9 pontos de audiência no dia 5 de julho de 2018. O SBT, que também apresentava um telejornal no mesmo horário, apareceu em segundo lugar, com 4,4, e a Record TV, também com notícias, marcou 1,5. Cada ponto de audiência equivale a 71,9 mil domicílios na grande São Paulo.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar o “Bom Dia São Paulo” notamos que a principal diferença em relação a outros telejornais apresentados pela própria emissora é a linguagem. Muito

“mais solta” e num tom mais extrovertido, os apresentadores parecem conversar e não apenas ler TP, o que deixa a informação mais leve e “humanizada”.

A prestação de serviços, sem dúvidas, foi o ponto principal do “Bom Dia São Paulo”, afinal a todo o momento, mesmo intercalando com matérias, os dois apresentadores traziam informações sobre o trânsito, por meio do *waze*, câmeras pela cidade, situação dos trens e metrô, além dos corredores de ônibus. Até algumas motolinks foram utilizadas para percorrer as marginais.

Esse tipo de jornalismo prestador de serviços nesse horário não é tão comum se compararmos os concorrentes do “Bom dia São Paulo” no horário. Os telejornais do SBT e Record TV mostram, na maioria, notícias policiais. A partir disso e analisando os dados de audiência do dia analisado, mostra que as pessoas preferem ver notícias desse segmento a policiais.

O telejornalismo segue firme na preferência das pessoas, mas não podemos deixar de levar em consideração a força que a internet tem e o espaço que vem conquistando. Por isso, é cada vez mais importante, produzir conteúdo que atenda as necessidades das pessoas, pois como podemos notar até mesmo na Pesquisa Brasileira de Mídia, público tem para esses produtos (e são fiéis).

## REFERÊNCIAS

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

BAITELLO JUNIOR, Norval. **O olho do furacão e as imagens que nos devoram: antropofagia e iconofagia**. São Paulo: Biblioteca Cisc, 2000.

BECKER, Beatriz. **Televisão e telejornalismo: transições**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2016**. Brasília: Secom, 2016.

GLOBO PLAY. **Bom dia São Paulo de 5 de julho de 2018**. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6851991/programa/>. Acesso em 08/07/2018.

JUNIOR, Luiz Costa Pereira. **A vida com a TV**. São Paulo: Senac, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Educação: recepção midiática, aprendizagens e cidadania**. São Paulo: Paulinas, 2014.

PALACCE, Jamile Marinho. **Chamadas: a propaganda da tevê**. Curitiba: Appris, 2016.

PERUZZO, Cicilia. **Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.