



A Mídia a Serviço da Educação para o Mundo do Trabalho: A Presença do Gênero Utilitário no *Sala de Emprego* no telejornal *Jornal Hoje*¹

Mayara Jordana Sousa SANTANA²
Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER³
Universidade Federal de Goiás, Goiânia,GO

Resumo

A mídia, em sua função basilar de difusão de informações, por vezes, serve à sociedade como instituição credenciada a repercutir e propagar ideologias dos valores neoliberais vigentes, bem como ajuda a difundir conhecimentos que podem servir de instrumentação para o exercício da cidadania de grupos sociais. Este artigo tem como objetivo discutir o trabalho da mídia na promoção de uma educação direcionada ao mundo do trabalho. O estudo analisa, por meio do estudo de caso, o quadro *Sala de Emprego*, do telejornal *Jornal Hoje*, da *Rede Globo*, e também é realizada uma análise de conteúdo qualitativa, ou seja, uma leitura crítica da mídia. O objetivo é analisar a presença do gênero utilitário e o jornalismo de serviço no quadro e refletir sobre o uso desse gênero no jornalismo brasileiro na contemporaneidade.

Palavras-chaves: gêneros discursivos; telejornalismo; jornalismo de serviço; educação.

A educação para o mundo do trabalho ou também denominada como educação profissional tem ganhado destaque na cobertura midiática brasileira recentemente. Além dos valores-notícias intrínsecos que a temática educação possui e que garantem uma recorrente cobertura, a promoção de grandes eventos esportivos no Brasil, tem provocado no governo vigente não somente a ênfase em se executar políticas de educação direcionadas para o mundo do trabalho e para uma maior oferta de cursos profissionalizantes, bem como essa tendência também é refletida na mídia, com a predileção por matérias jornalísticas que enfoquem essa modalidade de educação. De acordo com lei nº 11.741, de 16 de julho de 2008, a educação profissional e tecnológica integra-se aos diferentes níveis e modalidades de educação e às dimensões do trabalho, da ciência e da tecnologia.

Assim como urge formar profissionais aptos para trabalhar nesses grandes eventos nacionais e suprir uma demanda pontual do mercado de trabalho nacional, a mídia noticiosa porta-se também como auxiliar nesse processo, como uma instância promotora de uma comunicação orientada para prestação de serviço e com discurso

¹Trabalho apresentado no DT 01 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação Mestrado em Comunicação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG) e jornalista no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, Câmpus Goiânia. email: mayarajordana@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora e Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Profª. Dra. Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, email: anacarolina.temer@gmail.com



sintonizado com as políticas governamentais existentes no Brasil. Pretende-se, com esse artigo, refletir acerca da eficiência de um jornalismo que propõe levar informações sobre oportunidades de empregos, valorizando a oferta de educação profissional, com a finalidade de divulgar conteúdos que possam ser de interesse de um público específico e carente no mercado de trabalho brasileiro atual, encontrando, nas matérias veiculadas no quadro, traços predominantes do gênero discursivo jornalístico utilitário, no qual se encontra o jornalismo de serviço.

Gêneros Jornalísticos

Os estudos acadêmicos sobre gêneros no jornalismo foram empreendidos desde os anos de 1950, na Europa, com o desenvolvimento de disciplinas específicas na Universidade de Navarra, na Espanha, por iniciativa do professor José Luiz Martinez Albertos. Segundo Costa (2007, p.2), “Albertos seria idealizador da chamada 'teoria normativa do gênero jornalístico', um dos marcos da escola ou tradição espanhola. [...] uma das mais férteis no estudo dos gêneros.”

No Brasil, os gêneros jornalísticos são objetos de estudos desde os anos de 1960, com o autor Luiz Beltrão, que iniciou a delimitação entre os gêneros informativos, opinativos e interpretativos. De acordo com Marcuschi *et al* (2003, p.19-20), os gêneros textuais colaboram na ordenação e estabilização das atividades comunicativas e carregam fenômenos históricos relacionados à vida cultural e social dos indivíduos. Caracterizam-se pela dinamicidade, maleabilidade e por suas funções comunicativas. Os gêneros integram-se de maneira funcional às culturas em que são desenvolvidos.

Para a comunicação de massa, os gêneros são importantes variáveis nas pesquisas das Ciências da Comunicação (RIBEIRO, Lavina Madeira *apud* DIAS *et al*, 1998, p.2), pois delimitam as linhas “[...] dos procedimentos analíticos para a compreensão da comunicação, sua natureza e suas dinâmicas internas como campo autônomo de conhecimento”. Os gêneros também são relevantes na construção de sentidos nas relações sociais e como organizadores nos processos comunicativos.

Os gêneros são, portanto, elementos de mediação que facilitam, organizam e antecipam as experiências na recepção dos conteúdos da comunicação, pois impedem o caos cognitivo, a desorganização mental, e constituem um instrumento necessário de economia na aprendizagem. (TEMER; TONDATO; TUZZO, 2012, p.18)

Jornalismo de Serviço



Os estudos sobre os gêneros narrativos na imprensa evoluíram com as contribuições de vários autores até a delimitação do gênero utilitário ou jornalismo de serviço, também chamado de bem-estar ou de social, que foi classificado assim, a partir de 1980, devido ser capaz de atender as necessidades da sociedade, por ter um caráter utilitarista para o leitor (DIAS *et al*, 1998, p.7).

Melo (2007 *apud* VAZ, 2008, p.6) defende esse tipo de jornalismo, como uma narrativa utilitarista, que é independente de outros gêneros jornalísticos, diferindo-se na intencionalidade do texto, nos interesses e nos valores-notícias dos pauteiros, editores e repórteres e, especialmente, no uso que o público dá as informações recebidas como serviços.

Assim, o jornalismo de serviço é aquele que vai além da simples divulgação da informação e se preocupa em mostrar/ demonstrar fatos e ações que a curto, médio ou mesmo a longo prazos vão contribuir para melhores condições de vida do receptor. Informações que o tornem mais saudável, mais disposto para o trabalho, mais apto a administrar o próprio tempo ou dinheiro. (TEMER, 2002, p.101)

Há autores que desaprovam o jornalismo de serviço, caracterizando-o como um modelo cuja linguagem está a serviço da publicidade e propaganda, subserviente aos interesses do sistema neoliberal e como colaborador para a formação de consumidores, e não de cidadãos.

Assim, o jornalismo de serviços nada mais é do que a reconstrução da realidade sob a ótica do consumo. A economia é retratada sob a ótica do consumo: os problemas econômicos são analisados levando-se em conta como afetarão ao consumo, o jornalismo cultural restringe-se a apresentar programação de eventos e assim por diante. O jornalismo de serviços não é apenas a parte reservada explicitamente à prestação de serviços ao leitor, mas toda uma concepção que, em última instância, é sustentada pela sinalização teleológica neoliberal de construção de uma sociedade só de consumidores. (OLIVEIRA, 1999, p.99)

A prestação de serviço é intrínseca à natureza do jornalismo, por ser um exercício de caráter social, e soa quase como uma redundância a existência de um gênero como o de serviço. Porém, as matérias consideradas como “serviços”, tão bem conhecidas nas redações de jornais impressos, telejornais, rádios e outros veículos de comunicação no Brasil, possuem características que as delimitam enquanto integrantes do gênero utilitário na produção de notícias.

O jornalismo utilitário funciona como uma forma de manter o leitor fiel, já que produz aquilo que está diretamente relacionado aos seus



interesses imediatos, oferecendo respostas e possíveis soluções para seus problemas. É por estar relacionado com os interesses dos receptores, que esta vocação do jornalismo se faz presente nos veículos de comunicação.

Dessa forma, acreditamos que no jornalismo de serviço deve ser ainda mais árdua essa tarefa de separar o que é de interesse público do interesse privado. Eiticamente, o que não pode acontecer são os espaços jornalísticos de prestação de serviço sendo utilizados para promoção e comercialização de bens de consumo. Além disso, o receptor não deve ser enganado. (VAZ,2010, p.133)

A educação, compreendida como um tema que possui valores-notícias reconhecidos pelas instituições e profissionais da mídia compatíveis com as rotinas produtivas da imprensa, com foco nos acontecimentos, e não em problemáticas, como define Traquina (2005, p.29), é uma das áreas reconhecidas nas teorias sobre a construção da notícia, como capaz de oferecer atributos que garantem a noticiabilidade dessa área, como: brevidade, aproximação, maior interesse, conflitos e especialmente relevância, que se enquadram naquilo que se define como notícia e no “jornalês”, citado por Traquina, como uma linguagem específica acionada pelos jornalistas que se entendem e são vistos como detentores de saberes e domínios técnicos de recolha de informações e de elaboração de estruturas narrativas, para construir simulacros da realidade (TRAQUINA, 2005, p.116).

Nas matérias que pautam o tema educação, o jornalismo de serviço torna-se uma prática social interessada em conceder informações que podem até ter um caráter pedagógico, orientando o público a consumir melhor e a usufruir direitos. É, especialmente, no jornal impresso onde se encontra com mais recorrência o jornalismo de serviço, como defende Dines (2006, p.97), “o jornal, pela sua periodicidade diária, é o melhor instrumento para o fornecimento desse material utilitário, o serviço, que vai tornar a existência, na sociedade organizada, possível e mais fácil”. Já a instantaneidade direcionada à prestação de serviço é melhor encontrada na televisão, rádio e mídias digitais.

As informações mediadas por essas mídias prestadoras de serviço visam ao pretenso objetivo de dotar os sujeitos de uma suposta capacidade de decidir e escolher, dando uma maior autonomia aos indivíduos sobre seus rumos, mesmo que esse cidadão não esteja amparado por um “ [...]sistema educativo que o capacite a ter acesso à multiplicidade de escritas, linguagens e discursos, nos quais se produzem as decisões que o afetam, seja no campo do trabalho, como no âmbito familiar, político e



econômico” (MARTIN- BARBERO, 2000, p.58), segundo o difusionismo presente nas Teorias da Comunicação referentes à Escola Latino-Americana.

A própria imprensa brasileira, fundamentada inicialmente no paradigma funcionalista pragmático norte-americano surgido no início do século XIX, entende a notícia como valiosa e lucrativa mercadoria, e é esse paradigma que repercute na imprensa brasileira até a contemporaneidade, a partir dos seguintes polos definidos por Traquina (2005, p.125-126): A industrialização da imprensa e sua expansão como quarto poder; o fornecimento de fatos e informações, ao invés de opiniões e propaganda; a emergência de um campo independente do polo político, a definição do que são notícias e mais a construção de códigos deontológicos dos profissionais; e a definição de dois polos dominantes no campo jornalístico: o comercial, as notícias entendida como mercadorias lucrativas, e o polo ideológico, em que o jornalismo é tomado como um serviço público para uma sociedade democrática, em que as notícias são, para os cidadãos, o alimento para que exerçam a cidadania.

Sala de Emprego no Jornal Hoje

Para este artigo, a pesquisa terá como objeto de estudo o quadro *Sala de Emprego*, do telejornal *Jornal Hoje*, da *Rede Globo*, com objetivo de analisar e realizar inferências sobre a cobertura jornalística feita por esta mídia. Com o estudo, busca-se verificar se, na divulgação realizada no quadro, predominam características do gênero utilitário ou jornalismo de serviço, além disso, pretende-se inferir se os assuntos tratados privilegiam temas referentes à educação profissional.

A hipótese a ser considerada é a de que a cobertura de temas com foco na educação profissional trata-se de um jornalismo de serviço alicerçado na política de gestão do governo atual para esta modalidade de educação. As oportunidades educacionais que são divulgadas no quadro apresentam, em sua maioria, postos de trabalhos que mais carecem profissionais qualificados, cargos que possuem grande empregabilidade e pagam altos salários, profissões e cursos do futuro, oportunidades de qualificação e outros assuntos pertinentes ao mundo do trabalho e da educação profissional.

Além disso, o quadro *Sala de Emprego* intitula-se, a partir do próprio nome, como um espaço educativo para a promoção de oportunidades de trabalho com vistas a atender ao público trabalhador brasileiro, destacando-se dos demais quadros de



anúncios de empregos existentes nos telejornais atuais, ao relacionar gêneros pertencentes à televisão e à internet presentes nas matérias veiculadas.

O *Jornal Hoje (JH)* é um dos telejornais mais antigos da *Rede Globo* e foi lançado em 21 de abril de 1971. “Desde o início de sua proposta era uma revista feminina, mas não dispensava as notícias da manhã”. (TEMER,2002,p.58). Em sua obra, Temer (2002) relata a história desse telejornal, que era inicialmente exibido somente no Rio de Janeiro, porém, em 3 de junho de 1974, passou a ser exibido em todo o território nacional. Em 1999, o jornal passou a ser gravado nos estúdios da *Rede Globo* em São Paulo. Em janeiro de 2013, com a apresentação de Carlos Nascimento e Sandra Annenberg, o *JH* passa a dar ênfase no perfil de ser um telejornal-revista, ao priorizar conteúdos de comportamento, serviços e reportagens de cultura. Em fevereiro de 2004, a bancada passou a ser integrada pelo apresentador Evaristo Costa, que deixa a apresentação da previsão do tempo, e apresenta, até o momento, o telejornal juntamente com Sandra Annenberg.

O *JH* é exibido de segunda-feira a sábado, das 13h20 às 13h49, e além da divulgação de notícias, possui alguns quadro temáticos. Nas sextas-feiras, são exibidas reportagens do quadro *To de Folga*, que atua na perspectiva de divulgar pontos e roteiros turísticos. Já aos sábados, outros quadros são exibidos, como o *Crônicas do JH*, que apresentada uma linguagem leve e adaptada do jornalismo literário e narra fatos e curiosidades do cotidiano trazidas pelos correspondentes internacionais da *Rede Globo*. Há também o quadro *Hoje em Casa. Com*, que apresenta matérias com dicas úteis sobre decoração e paisagismo ao estilo “faça você mesmo”.

O quadro *Sala de Emprego*, objeto desta pesquisa, estreou, com formato maior e mais interativo, no dia 7 de maio de 2012, substituindo o antigo quadro sobre mercado de trabalho. O novo quadro foi criado com a proposta de reunir entrevistas ao vivo, reportagens, indicar vagas de emprego e é apresentado por uma apresentadora fixa, não sendo os âncoras do telejornal. Logo após a exibição do telejornal, os entrevistados do quadro continuam com um bate-papo, transmitido via internet pelo site do telejornal (g1.globo.br/jornalhoje), com a possibilidade dos internautas participarem fazendo perguntas aos especialistas convidados. Também, há entradas ao vivo de repórteres das sucursais da *Rede Globo* trazendo mais informações sobre mercado de trabalho em suas regiões durante a continuação do quadro na internet.

O *Sala de Emprego* que é transmitido ao vivo durante o *Jornal Hoje* e mais os bate-papos via internet são disponibilizados no site do telejornal *Jornal Hoje*, para



acesso e visualização das edições. Atualmente, o quadro contabiliza 175 vídeos entre o período de 7 de maio de 2012 a 17 de março de 2014. Desse universo, foram analisadas as matérias veiculadas no ano de 2014, totalizando 10 edições do quadro, que ocorre todas as segundas-feiras, sendo que, no período de Carnaval, não houve edição na semana de 2 a 9 de março de 2014. A existência do quadro *Sala de Emprego* especificamente no *Jornal Hoje*, e não em outros telejornais da *Rede Globo*, é pertinente para atingir ao público-alvo do quadro, que são pessoas desempregadas e que possuem tempo para assistir ao telejornal. O horário de exibição, a partir das 13h20, é um dos fatores que colaboram na obtenção dessa audiência, além do interesse desse público em relação ao conteúdo do quadro. O telejornal também atinge os públicos compostos por donas de casa, estudantes que regressaram das aulas matutinas e até mesmo trabalhadores que são beneficiados com intervalo para o almoço durante o expediente de trabalho.

Para análise de conteúdo qualitativa, que teve como objetivo realizar uma leitura crítica da mídia selecionada, foi construída uma análise temática e criadas categorias de análise para serem aplicadas na edição do quadro *Sala de Emprego* que tem entrada ao vivo durante o telejornal, excluindo dessa análise a edição do quadro que ocorre com exibições, pela internet, no site do *Jornal Hoje*, porque competiria serem criadas outras categorias de análise para estudar o jornalismo feito para essa plataforma virtual.

As categorias escolhidas para análise foram: Tema da matéria; Palavras e expressões-chaves presentes nos discursos dos âncoras, da apresentadora do quadro e dos especialistas entrevistados ao vivo ou nas reportagens; Fonte especializada que concede entrevistas ao vivo no quadro; Política/Programa/Lei identificados na matéria; Personagens presentes na matéria; Fontes especializadas que foram entrevistadas nas matérias; e os Estados geográficos brasileiros retratados nas matérias. O estabelecimento dessas categorias, feitas por meio da observação e análise dos vídeos selecionados, tornou possível reconhecer a reportagem como o formato predominante e escolhido para relatar a realidade do mundo do trabalho no Brasil no *Sala de Emprego*, considerando especialmente uma característica predominante no quadro: a presença de fontes em todas as reportagens exibidas.

No *Sala de Emprego*, observa-se ainda nas matérias o uso recorrente de duas naturezas de fontes: as oficiais, que “são mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofícios” (LAGE, 2001, p.63) e as fontes primárias, “aquelas em que o jornalista se baseia para



colher o essencial de uma matéria; fornecem fatos, versões e números” (LAGE,2001, p.65-66), que também são conhecidas e chamadas, no meio jornalístico, como personagens. Analisou-se também que as fontes oficiais abordam programas, políticas ou leis de governo atual para o mundo do trabalho, no Brasil, como: Lei do Estágio; Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico Emprego (Pronatec); Postos de Trabalho para Copa do Mundo; Inglês sem Fronteiras; e outros. E, especialmente, foi identificada a recorrente presença de fontes e personagens ligadas às unidades de ensino dos serviços de aprendizagem do Sistema S (SESI, SENAC, SESC, SENAI).

Atualmente, de acordo com o Ministério da Educação (MEC,2012), o Sistema S – SESI,SENAC,SESC,SENAI oferta vagas, por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), do Programa Brasil Profissionalizado, Rede e-Tec Brasil, conforme protocolo de acordo de gratuidade entre os Serviços Nacionais de Aprendizagem, Fies Técnico Empresa e Bolsa Formação e o MEC. Além do Sistema S, as instituições de educação profissional ligadas aos sistemas de ensino estaduais, assim como as Universidades Públicas Federais e os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia, vinculados ao Ministério da Educação, também podem e oferecem cursos profissionalizantes pelo Pronatec.

Essas constatações ora são explícitas com a apresentadora do quadro e as fontes citando, nas reportagens ou nas entrevistas, os nomes dos programas/leis/políticas ou instituições oficiais que se relacionam com o que foi noticiado. Outrora, essa mesma constatação está implícita e pode ser notada na identificação dos personagens entrevistados, seja por suas vestes, pelos caracteres de identificação do entrevistado, pelos postos de trabalho que ocupam ou pelo ambiente onde estão sendo filmadas as reportagens ou entrevistas que ilustram as instituições oficiais participantes na construção do conteúdo noticiado nas matérias.

O uso de entrevistas ao vivo durante o quadro e também de entrevistas gravadas que aparecem nas reportagens foi observado, validando o tipo de entrevista temática, que “pode servir para ajudar na compreensão de um problema, expor um ponto de vista, reiterar a linha editorial com o argumento de autoridade (a validação pelo entrevistado)” (LAGE,2001, p. 74). A categoria sobre palavras e expressões-chaves citadas no tema da matéria, pelos âncoras e pela apresentadora do quadro, pelo entrevistado ao vivo, personagens e especialistas presentes nas reportagens gravadas, possibilitou também verificar a recorrência de termos e sentenças que enfatizam a necessidade de se educar



para o mundo do trabalho, como: qualificação, profissões do futuro, vagas de emprego, estágio, aperfeiçoamento, profissionalização, e outros.

Desse modo, esse modelo de construção do quadro *Sala de Emprego*, com entrevistas ao vivo e reportagens, formatos esses característicos da maneira como a mídia simplifica a realidade, para que os conteúdos sejam compreensíveis para o maior número de públicos, também consiste em padrões de manipulação observáveis na produção jornalística, como coloca ABRAMO (2003), numa proposta de leitura crítica da mídia. O autor critica exatamente o oficialismo, que “[...] reduziu o jornalismo ao procedimento declaratório de um número bem-comportado de fontes 'oficiais' e previsíveis, [...]” (ABRAMO,2003, p.18-19)

Justamente um dos padrões de manipulação da informação indicado nos textos do final dos anos 80 é o *oficialismo*, que tem sido prática constante na trajetória da imprensa comercial-burguesa no Brasil e ganhou hegemonia absoluta na segunda metade dos anos 90 – quando a reportagem e o trabalho investigativo foram abandonados e a palavra “positiva” das autoridades abarcou a maioria das grandes redações. (ABRAMO,2003, p.18)

Em relação à categoria de palavras e expressões-chaves compete enquadrá-las também no padrão de manipulação citado por Abramo (2003), como a *inversão da versão pelo fato*, que trata sobre o emprego do *frasismo* na construção das matérias, sendo entendido como “[...] o abuso da utilização de frases ou de pedaços de frases para substituir a própria realidade.”(ABRAMO,2003,p.30). Exatamente, esse uso reiterado de entrevistas com especialistas e representantes de instituições oficiais concedendo versões e opiniões e a recorrência de palavras e sentenças-chaves categorizam a realidade do mundo do trabalho no Brasil, que acabam por simplificar e limitar as discussões ao senso comum de que há vagas de emprego, o que falta é qualificação, há a carência de trabalhadores para assumir os postos em aberto. Outro padrão de manipulação observável é a *indução*, que submete o público, a partir da reorganização da realidade por meio do planejamento, produção e edição do conteúdo jornalístico, a enxergar o mundo como a mídia acredita que esse deva ver, e não como ele é.

Nas matérias do *Sala de Emprego*, ao conceder uma listas de cursos rápidos e profissionalizantes desejáveis, profissões do futuro, postos de vagas para a Copa do Mundo, etc., o padrão de indução é encontrado com intencionalidades que fogem da objetividade, da imparcialidade e da isenção, que são tão pregados pelos códigos deontológicos presentes no fazer jornalístico. Por outro lado, as intenções nesse quadro



são variadas e dependem do ponto de vista do emissor da mensagem, seja de uma mídia que se propõem como prestadora de serviço à sociedade, bem como de um governo que encontra nessa mídia espaço para divulgar direito à educação, ao trabalho e para atender questões pontuais e futuras do mundo do trabalho no Brasil.

Alguns assuntos jamais, ou quase nunca, são tratados pela imprensa, enquanto outros aparecem quase todos os dias. Alguns segmentos sociais são vistos pela imprensa apenas sob alguns poucos ângulos, enquanto permanece na obscuridade toda a complexa riqueza de suas vidas e atividades. Alguns personagens jamais aparecem em muitos órgãos de comunicação, enquanto outros comparecem abusivamente, à saciedade, com uma irritante e enjoativa frequência. Alguns aspectos são sistematicamente lembrados na composição das matérias sobre determinados grupos sociais, mas igualmente evitados de forma sistemática quando se trata de outros. (ABRAMO, 2003, p.34-35)

Questões sobre o gênero utilitário

Na pesquisa, o quadro *Sala de Emprego* do telejornal *Jornal Hoje* da *Rede Globo* teve o interesse de subsidiar questionamentos sobre novos formatos para o gênero utilitário no telejornalismo brasileiro, no início do século XXI. A análise de um quadro do *Jornal Hoje* é pertinente para análise desse gênero, pois como corrobora a autora Temer (2002), em sua obra *Notícias e Serviços: nos telejornais da Rede Globo*, o *Jornal Hoje*, em relação ao seus conteúdos, apresenta matérias que “normalmente correspondem ao Tipo Serviço, já que apresentam sugestões de comportamento e orientações objetivas, ou do Tipo misto Serviço-Interesse Humano [...]” (TEMER, 2002, p.172-173).

Além disso, o *Sala de Emprego* inova a forma como o gênero utilitário se faz presente no telejornalismo atual, pois a exibição do quadro aproveita da plataforma virtual, por meio do site do telejornal, como uma sala de aula aberta a perguntas de internautas e também as entradas ao vivo de repórteres de várias regiões complementam o debate proporcionado nesse espaço midiático. Esse formato corrobora com a caracterização que Marcuschi (2003) faz dos gêneros, considerando-os como dinâmicos e estabelecidos mais pelas necessidades comunicativas entre os indivíduos, que por especificidades estruturais e linguísticas.

Como afirmado, não é difícil constatar que nos últimos dois séculos foram as novas tecnologias, em especial, as ligadas à área de comunicação, que propiciaram o surgimento de novos gêneros textuais. Por certo, não são as tecnologias *per se* que originam os gêneros e sim a intensidade dos usos dessas tecnologias e suas interferências nas atividades comunicativas diárias. [...] Daí, surgem formas discursivas novas, tais como editoriais, artigos de fundo, notícias, telefonemas, telegramas, telemensagens, teleconferências,



videoconferências, reportagens ao vivo, cartas eletrônicas (*e-mails*), bate-papos virtuais (chats), aulas virtuais (aulas chats) e assim por diante. (MARCUSCHI,2003, p.20).

Considerações finais

Com este artigo, procurou-se realizar questionamentos a respeito do uso do gênero utilitário ou o também chamado jornalismo de serviço no telejornalismo brasileiro, a partir de um estudo de caso. Esse estudo é parte de um projeto do Programa de Pós-Graduação em Mestrado em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Informação na Universidade Federal de Goiás, que irá investigar se o gênero utilitário é um modelo eficiente para a divulgação midiática de conteúdos sobre educação no Brasil, orientando os cidadãos para o uso de direitos sociais.

O estudo empreendido nesse artigo constata o que afirma Vaz (2010), que atualmente o jornalismo na televisão tem utilizado “cada vez mais espaços para *flash* ao vivo, com informações sobre o trânsito, meteorologia, entre outras informações benéficas para quem sairá de casa” (VAZ,2010, p.135). As inferências, a partir desse estudo, levam aos questionamentos que o gênero utilitário pode consolidar-se, passando a ter um maior espaço no jornalismo brasileiro no início do século XXI, porque além de ser informacional, é orientador para o consumo de direitos e bens, numa contemporaneidade em que se prevalece o excesso de informações divulgadas nas mais diversas plataformas.

O quadro *Sala de Emprego* do telejornal *Jornal Hoje* reafirma a ideia de que o jornalismo de serviço tem deixado o espaço relegado a pequenos quadros complementares do conteúdo jornalístico, ao bom estilo de “puxadinhos”, nos cadernos de cultura nos jornais impressos apresentando a programação de eventos, ou quadros nos jornais impresso e na televisão com indicadores da meteorologia, das bolsas de valores, de receitas, etc. As considerações iniciais, que carecem ainda de mais estudos, podem direcionar o uso do gênero utilitário no jornalismo brasileiro, constatando que esse vem ganhando mais espaços, assumindo formatos de reportagens, de quadros especiais no telejornais e na web, bem como cadernos nos jornais impressos.

A pesquisa com o quadro *Sala de Emprego* demonstra um formato de jornalismo de serviço voltado para educação direcionada ao mundo do trabalho. Porém, ainda há que se refletir se esse campo ideológico, no qual a imprensa se coloca como uma instituição cidadã na divulgação de direitos e oportunidades, tem suas limitações, de acordo com o modelo atual de fazer e divulgar fatos de interesse público.



A imprensa contribui para a cidadania ao ser a base informacional para o cidadão, mas, a constituição de um pensamento crítico somente a educação formal e os conhecimentos prévios dos indivíduos sobre a realidade em que estão inseridos é capaz de conceder a base formacional para que esse cidadão saiba o que fazer com os conteúdos midiáticos recebidos.

Referências Bibliográficas

ABRAMO, Perseu. **Padrões de Manipulação na grande Imprensa**. 1.ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

BRASIL. Lei nº 11.741, de 16 de julho de 2008. Altera dispositivos da Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para redimensionar, institucionalizar e integrar as ações da educação profissional técnica de nível médio, da educação de jovens e adultos e da educação profissional e tecnológica. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, DF, 17. jul. 2008. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11741.htm>. Acesso em: 22. mar. 2014.

BRASIL. Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego. **Ministério da Educação**. Brasília, DF, 2012. Disponível em: < <http://pronatec.mec.gov.br/institucional-90037/objetivos-e-iniciativas>>. Acesso em: 19 mar. 2014.

COSTA, Lailton Alves da. Jornalismo Brasileiro: a teoria e a prática dos gêneros jornalísticos nos cinco maiores jornais do Brasil. In: Colóquio Internacional sobre Escola Latino-Americana de Comunicação, 11., 2007. **Anais eletrônicos...** Pelotas: Universidade Católica de Pelotas, 2007. Disponível em: < http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Jornalismo_Brasileiro:a_teor%C3%A1tica_dos_g%C3%AAneros_jornal%C3%ADsticos_nos_cinco_maiores_jornais_do_Brasil>. Acesso em: 19. mar. 2014.

DIAS, Paulo da Rocha; MENDEZ, Rosemary Bras; MELO, José Marques de; VILLALTA, Daniella Crespin; BATISTA, Gláubio. Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e “Veja”. In: Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 23., 1998. **Anais eletrônicos...**: São Paulo: Intercom. Disponível em: < <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b43f21945b991b4e99923bee1b2e5d7c.PDF>>. Acesso em 12 nov. 2013.

DINES, Alberto. **O Papel do Jornal: uma releitura**. 4.ed. São Paulo: Summus, 1996.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.



MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In: DIONISIO, Angela Paiva; MACHADO, Anna Rachel; BEZERRA, Maria Auxiliadora (Orgs.). **Gêneros Textuais & Ensino**. 2. ed. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003, p. 19-36.

MARTIN-BARBEIRO, Jesús. Inovações no Campo da Comunicação colocam desafios para a Educação que não devem ser menosprezados quando se pretende a construção da cidadania. In: **Comunicação & Educação**. São Paulo. n.18. p51-61. 2000. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/comeduc/article/viewFile/4108/3860>> Acesso em: 15 out. 2013.

OLIVEIRA, Dennis de Oliveira. Jornalismo de Serviços: produto descartável. In: **Impulso: Revista de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Metodista de Piracicaba**. Piracicaba, São Paulo, v.10, n. 22 e 23, p. 41-53,1999.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. **Notícias e serviços: nos telejornais da rede Globo**. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa; TONDATO, Márcia Perencin; TUZZO, Simone Antoniacci. **Mulheres do Sol e da Lua: a televisão e a mulher no trabalho**. Goiânia: Ed. da Puc Goiás, 2012.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005.

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. Gênero Utilitário. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de. (Orgs.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, p.125-138.

VAZ, Tyciane Cronemberger Viana. **Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 31., 2008, Natal. Anais eletrônicos. Natal. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0482-1.pdf>> Acesso em: 12 nov. 2013.