

Modo de Endereçamento: Um Estudo da Série de Reportagens “A hora do parto”¹

Mariana Ramos da SILVA²

Jadnaelson Silva SOUZA³

Teresa Leonel de Oliveira COSTA⁴

Universidade do Estado da Bahia, Juazeiro, BA

RESUMO

O artigo propõe a análise de um telejornal, o Jornal Hoje e da série de reportagens “A hora do parto”, a partir do conceito de modo de endereçamento. Entende-se que o modo de endereçamento o estilo construído pelo programa ao estabelecer uma relação com os telespectadores, portanto, aquilo que o diferencia de outros telejornais da emissora Rede Globo. O Jornal Hoje é um jornal que está no ar há 45 anos e sempre teve a tendência de ser um programa mais leve da grade, com assuntos mais comportamentais e culturais. A série de reportagens “A hora do parto” se destaca por abordar um tema pouco discutido e trazer um relato mais humanizado.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; Jornal Hoje; série de reportagens; modo de endereçamento.

INTRODUÇÃO

Foi em 1925 que houve a primeira transmissão de imagens em movimento, pelo escocês John Baird. Mas em 1923 o russo Zworykin já havia inventado um aparelho denominado iconoscópio, totalmente eletrônico. Nasceu aí os primeiros passos decisivos para concretizar emissões televisivas experimentais. Independente de sua origem a

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

² Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Comunicação Social/ Jornalismo em Multimeios da UNEB. Juazeiro-BA, email: mari.mrs.ramos@gmail.com.

³ Especialista em Assessoria de Comunicação e Novas Mídias pela FACAPE - PE. Jornalista da Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, email: jadnaelson@gmail.com.

⁴ Professora do curso de Comunicação Social/ Jornalismo em Multimeios da UNEB. Juazeiro-BA. Mestra em Comunicação e Culturas Midiáticas (UFPB), email: teresaleonelcosta@hotmail.com.

televisão passou a assumir um papel importante comparada aos outros meios de comunicação (MISSIKA e WOLTON, 2016).

O primeiro país a disponibilizar o serviço de televisão pública foi a Alemanha em 1935, mas a Inglaterra também se diz pioneira por ter criado a BBC em 1936 (XAVIER apud CARVALHO, 2016). Logo os Estados Unidos entendeu que a televisão se tratava de uma nova mídia. Em 1939 começou a funcionar a NBC, sendo a primeira emissora de TV comercial do mundo (CARVALHO, 2016).

A televisão no Brasil foi inaugurada em setembro de 1950 pelo jornalista Assis Chateaubriand, dono dos Diários Associados. Nessa época não existiam fabricantes do aparelho de televisão no Brasil, nem público, mas mesmo assim a TV Tupi surgiu. No dia da inauguração foram instalados televisores na Praça da República em São Paulo e em outros pontos estratégicos da cidade, já que eram raros e caros os aparelhos domésticos (CARVALHO, 2016).

Quando a TV chegou ao Brasil teve grande resistência, porque era um período em que o rádio era o meio de comunicação mais popular do país, por isso a televisão brasileira teve que se sustentar a partir da influência do rádio, utilizando da estrutura, da programação e dos programas, também os artistas e técnicos (MATTOS, 2016). Assim foram surgindo outras emissoras, segundo Carvalho (2016, p.43) “em 27 de setembro de 1953, instalou-se a TV Record, de São Paulo; em 1955, a TV Rio. Entre 1960 e 1963, pelo menos vinte novas emissoras foram inauguradas” no país.

A TV Globo foi ao ar no Rio de Janeiro em abril de 1965, criada pelo jornalista Roberto Marinho em um acordo com o grupo estadunidense *Time-Life*. Na época a Constituição brasileira não permitia que veículos de comunicação tivessem investimentos estrangeiros maiores. Essa parceria durou sete anos e ainda gera polêmicas até hoje (CARVALHO, 2016).

Só em meados dos anos 1960 a televisão se concretizou como um veículo de massa.

O modelo televisivo brasileiro era baseado em modelos americanos, seja de gestão ou da programação. Um dos gêneros mais copiados pelos brasileiros foi o noticioso. Os telejornais estadunidenses exerceram grande influência nas produções nacionais (CARVALHO, 2016).

A princípio os telejornais brasileiros eram cópias dos radiojornais. Em 1952 a TV Tupi criou o Telenotícias Panais, no mesmo ano a Tupi do Rio levou o Repórter Esso do rádio para televisão, foram os primeiros passos do telejornalismo no Brasil. De acordo com Secchin (2016, p.4) “a precariedade na produção dos telejornais era grande, uma vez que tecnologias ligadas à TV mal chegavam ao país, e a inexperiência dos primeiros profissionais – procedentes do rádio – era comum”.

Em setembro de 1969 entrava no ar o Jornal Nacional da TV Globo, produzido no Rio de Janeiro e transmitido simultaneamente, ao vivo, para São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre e Brasília. Esse jornal foi o pioneiro em transmitir reportagens em cores e internacionais, com o objetivo de ser o primeiro noticiário em rede nacional da televisão brasileira. O JN foi um dos marcos na evolução do telejornalismo no Brasil (SECCHIN, 2016).

Neste artigo, iremos apresentar um exercício de interpretação da série de reportagens “A hora do parto” exibida pelo telejornal Jornal Hoje da Rede Globo. Explorar os operadores de análise e sua produtividade para entender a relação entre programa e telespectadores. Em nosso percurso, apresentaremos o conceito de modo de endereçamento e os operadores de análise que escolhemos, em seguida aplicaremos aos operadores da série de reportagens “A hora do parto”, exibida em outubro de 2015, que é objeto de análise.

CONCEITUANDO MODO DE ENDEREÇAMENTO

O modo de endereçamento é um termo dos estudos de cinema que pensavam como lidar com a crítica da arte, literatura, sociologia e história. Essas questões estão ligadas com a relação social e as sensações que as pessoas têm ao ver determinado filme (ELLSWORTH, 2001). Segundo Elizabeth Ellswort (2001) essas questões também tem a ver com as influências sociais

se você compreender qual é a relação entre o texto de um filme e a experiência do espectador, por exemplo, você poderá ser capaz de mudar ou influenciar, até mesmo controlar, a resposta do espectador, produzindo um filme de uma forma particular. Ou você poderá ser capaz de ensinar os espectadores como resistir ou subverter quem um filme pensa que eles são ou quem um filme quer que eles sejam (p.12).

Desde década de 1980, o modo de endereçamento foi adaptado para interpretações de programas televisivos e a maneira que constroem sua relação com os telespectadores. Assim a teoria estuda a orientação do programa para o receptor e o modo como transmite a mensagem para os telespectadores. De acordo com Hartley (apud Gomes e Menezes, 2016), o modo de endereçamento no jornalismo

nos leva a tomar como pressuposto que quem quer que produza uma notícia deverá ter em conta não apenas uma orientação em relação ao acontecimento, mas também uma orientação em relação ao receptor. Esta orientação para o receptor é o modo de endereçamento e é ele, em boa medida, que provê grande parte do apelo de um programa para os telespectadores (HARTLEY apud GOMES e MENEZES, 2016, p. 53).

O modo de endereçamento se refere também ao tom do telejornal, nesse contexto observamos que o conceito leva além da imagem da audiência, mas o estilo e as especificidades de um programa televisivo. Iremos nos ater a interpretação da orientação de um programa para o seu receptor e de um modo de dizer específico; da relação de interdependência entre emissores e receptores na construção do sentido de um produto televisivo e do seu estilo (GOMES e MENEZES, 2016).

Para analisarmos um programa televisivo precisamos levar em consideração os recursos audiovisuais utilizados, a linguagem televisiva, a filmagem, a edição e a linguagem verbal. Estratégias que empregadas pelos jornalistas devem construir as notícias que condizem com o público, a fim de passar credibilidade. Portanto analisaremos os modos de endereçamento através dos operadores: mediador, contexto comunicativo, organização e pacto sobre o papel do jornalismo (GOMES e MENEZES, 2016). A série “A hora do parto” objeto de estudo deste artigo, será analisada à luz destes quatro pontos.

JORNAL HOJE

Há 45 anos no ar o Jornal Hoje é um dos mais antigos da Rede Globo. Atualmente o jornalístico começa às 13h20 com uma duração de 40 minutos, sendo exibido de segunda a sábado. No início o intuito era que o JH fosse uma revista eletrônica diária com matérias

sobre artes e entrevistas, tendo como público alvo as mulheres, maiores interessadas em comportamento e cultura. Apesar de a audiência continuar sendo feminino, o jornal tem um público heterogêneo (SILVA apud SANCHES, 2016).

Segundo Sanches (2016)

Desde sua estreia, o Jornal Hoje já mostra traços diferenciados. Com formato de revista eletrônica, o telejornal busca aliar informação e cultura. A variedade é uma de suas principais características e, desta forma, tenta mesclar as principais notícias do dia com matérias de serviço, de comportamento e entrevistas com personalidades (p.18).

O telejornal estreou como um noticiário local do Rio de Janeiro com duração de meia hora, de segunda a sexta. Entrou no ar em 21 de abril de 1971 com a apresentação de Léo Batista de Luís Jatobá. Três anos depois o Jornal Hoje passou a ser transmitido em rede nacional e sendo exibido também aos sábados, com espaço para o cinema, moda feminina, receitas e entrevistas com artistas, atletas e políticos (SANCHES, 2016).

Na investida por um jornal mais voltado para revista eletrônica, a Rede Globo segundo Sanches (2016)

utiliza-se de jornalismo e de entretenimento para compor o Jornal Hoje, caracterizando-o pelo chamado jornalismo de infotainment, expressão originada do neologismo inglês Infotainment, que emergiu durante a década de 1980, ganhando notoriedade no final dos anos 1990, sendo usado internacionalmente (p.22).

O Jornal Hoje é o telejornal de caráter mais descontraído na grade da Rede Globo. Além de abordar pautas culturais e de comportamento há uma apresentação informal e um diálogo entre os apresentadores, Evaristo Costa e Sandra Annenberg, que dividem a bancada do JH desde 2004. Dessa forma o telespectador tem acesso às matérias mais leves como entrevistas e crônicas, depois de assistir a conteúdos relacionados à política, segurança e economia (SANCHES, 2016).

O telejornal faz com que o telespectador não fique preso apenas às principais notícias do Brasil e do mundo, como a maioria dos noticiários. Por se tratar de um jornal exibido no início da tarde, ele apresenta fatos que estão acontecendo ou que acabaram de acontecer. Mas o entretenimento é o carro-chefe do JH, com a presença de assuntos muito atuais, séries e matérias especiais também são destaques no telejornal (SANCHES, 2016).

Em 2014 o jornal estreou um cenário novo, com telões que se movimentam a todo o momento, dependendo da notícia, de acordo com o site Jornal Hoje (2016) “é com esse movimento que o Jornal Hoje busca estar ainda mais perto do público”. O cenário não perdeu a redação ao fundo, muito comum na maioria dos telejornais da emissora, porém as cores usadas fogem do azul que predomina os outros jornais, são cores mais amarelas e clean. A interatividade com o público é outro traço que diferencia o telejornal. Os telespectadores-usuários podem deixar comentários, enviar vídeos e dúvidas, participar de bate-papos com repórteres e entrevistados através do site g1.globo.com/jornalhoje (SANCHES, 2016).

Exemplo disso foi a série de reportagens intitulada “A hora do parto”, feita pela repórter Patrícia Taufer e pelo repórter cinematográfico, Dennys Leutz. No final da exibição da última reportagem os telespectadores foram convidados a participar de uma conversa⁵ com a obstetra Rita Sanchez. Através do *vc no jh* os usuários mandaram perguntas que foram feitas pela repórter Patrícia Taufer.

Por causa do horário de exibição do jornal o estilo do JH se diferencia dos demais telejornais. Acontecem também muitas entradas ao vivo com repórteres de rua e correspondentes internacionais. A presença de notas secas e cobertas é bem recorrente, essa característica se dá porque o jornal é produzido em meio aos acontecimentos, não há tempo para gravação e edição de reportagens. Eles geralmente trazem muitas reportagens voltadas para a prestação de serviço, com bastante didatismo. (GOMES e MENEZES, 2016).

Identificamos que os pactos estabelecidos entre o programa e o telespectador são os compromissos com a cobertura mais ao vivo, instantânea aos fatos e a prestação de serviço. O que foi percebido no caso da série “A hora do parto” que discute os direitos das gestantes.

ANÁLISE DA SÉRIE “A HORA DO PARTO”

⁵ Obstetra explica partos normal e cesárea e suas principais indicações: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2015/10/obstetra-explica-partos-normal-e-cesarea-e-suas-principais-indicacoes.html>

A série de reportagens “A hora do parto” foi ao ar nos dias 20⁶, 21⁷ e 22⁸ de outubro de 2015. As reportagens foram assinadas pela repórter Patrícia Taufer e o repórter cinematográfico Dennys Leutz e abordam questões relacionadas à taxa recorde de cesáreas no Brasil, o que tem sido feito pelos órgãos públicos para que essa taxa diminua. A série apresenta também histórias de mulheres que buscavam ter suas escolhas na hora de parir respeitadas.

O alarmante número de cesáreas realizadas no Brasil - 55,6% dos nascimentos, segundo a matéria - é o ponto de partida para as reportagens. Já no primeiro *Videotape*, são levantadas questões que problematizam o alto índice de cesáreas no país e com uma construção voltada para esclarecer que o parto normal é o ideal.

Essa construção se dá por números que são apresentados (índices nacionais, metas da Organização Mundial da Saúde), por sonoras com profissionais de saúde reforçando as desvantagens da cirurgia cesárea e por trecho de *off* que delimitam exatamente a opinião da equipe sobre o assunto, como, por exemplo, nos trecho de *off* que a repórter diz que “a cesárea começou a virar moda” ou “a cesárea se impôs a tal ponto que hoje quem opta por um parto normal tem que batalhar muito para fazer valer a sua vontade”.

A segunda reportagem da série apresenta o movimento de humanização do parto como um caminho para a mudança na realidade da assistência ao parto no Brasil, mas sempre como contraponto à cesárea. A construção também é voltada para o esclarecimento sobre os benefícios do parto natural. Contribuem para isso o texto da repórter, mas, nesse caso, principalmente a edição. A montagem do VT lança mão de BG’s leves, singelos e sobe sons cobrindo imagens igualmente singelas, desfazendo a ideia do parto como algo animalesco e representando-o como um evento sublime, “como nascem os príncipes e as princesas do Reino Unido”, como destaca em *off* a repórter.

⁶ Brasil é recordista mundial de cesáreas: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/videos/t/edicoes/v/brasil-e-recordista-mundial-em-cesareas/4550975/>

⁷ Confira a segunda reportagem da série “A hora do parto”: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/videos/t/edicoes/v/confira-a-segunda-reportagem-da-serie-a-hora-do-parto/4553845/>

⁸ Parteiros ajudam a fazer do Amapá um dos estados com menos número de cesáreas: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/videos/t/edicoes/v/parteiras-ajudam-a-fazer-do-amapa-um-dos-estados-com-menor-numero-de-cesareas/4556402/>

A última reportagem apresenta figuras importantes do cenário cultural brasileiro: as parteiras. A reportagem retrata as parteiras como detentoras de um saber mais reacional e menos intuitivo, sobrenatural, como geralmente são mostradas. Esse discurso também reforça a ideia de que o parto natural não é algo de outro mundo, mas uma possibilidade real e mais segura do que a cesárea. Para legitimar isso, o VT mostra as vantagens do parto natural e casos em que o nascimento da criança se deu de forma natural e tranquila.

Observa-se nas três reportagens a preocupação em deixar claras as vantagens do parto natural e as desvantagens da cesárea e mostrar isso através de mulheres que passaram pelas duas situações e com dados que referendam isso. Esse é um recurso de aproximação da audiência “A aproximação aqui não significa simplesmente “se reconhecer” na tela, mas reconhecer “aquela história” contada como “humana”, “real”, “verdadeira” (GOMES, 2011, p. 13).

A partir da análise, percebe-se que a série foi direcionada, especialmente para as mulheres, não só pelo parto ser um assunto predominantemente feminino, mas também pela parcela de público que o JH atinge que, segundo Sanches (2016), ainda é majoritariamente composto por mulheres. A partir dessa constatação, percebe-se que a série fala para um grupo ainda mais específico: o de mulheres que pensam em engravidar (ou que estão grávidas) e que desejam uma cesárea.

Tendo em vista essa definição, a série é montada para atingir diretamente a esse público. A primeira estratégia identificada, com base nos modos de endereçamento, para o alcance desse objetivo é a escolha do mediador, já que ele é “a cara” do programa e a forma como ele se posiciona para a câmera é também a forma como ele se apresenta ao telespectador (GOMES e MENEZES, 2016).

No caso da série em análise, a mediadora é a repórter Patrícia Taufer, que é mulher e mãe, características que aproximam a matéria do público, Já que gera identificação com as pessoas pra quem a matéria é especialmente direcionada. Além disso, as reportagens apresentam imagens da repórter em rodas de bate papo com mulheres, o que cria a ideia de uma conversa também com a telespectadora.

O contexto comunicativo é uma variante de análise dos modos de endereçamento que “compreende tanto emissor, quanto receptor e mais as circunstâncias espaciais e temporais em que o processo comunicativo se dá” (GOMES, 2011, p.39). A partir disso, percebe-se que a série “A hora do parto” é mediada por uma mulher que fala para outras mulheres que estão inseridas no mercado de trabalho e, por pressões sociais, escolhem a cirurgia cesárea como via de nascimento para seus filhos.

Trechos que afirmam que “cesárea virou moda” ou que fazem alusão à família Real Britânica falando sobre a forma como os herdeiros do trono vieram ao mundo “por parto normal” reforçam a ideia de que o contexto comunicativo é de números altos de cesáreas e de mulheres que preferem essa cirurgia para dar à luz. Diante disso, a ideia das reportagens foi mostrar que o parto normal é a forma ideal de nascimento, modificando a forma de o público perceber o parto natural.

Outro operador dos modos de endereçamento está relacionado à escolha da temática que, segundo Gomes e Menezes (2016), “implica a aposta em certos interesses e competências do telespectador”. Na série analisada, a escolha do tema e das formas de abordagem – tendo em vista o público pretendido – é feita a considerando a preferência das mulheres pela cesárea, comprovada pelos dados, e o interesse dessas pessoas em conhecer mais sobre os tipos de vias de nascimento.

Os estudiosos dos modos de endereçamento de programas jornalísticos pontuam que há uma série de acordos implícitos que regulam a relação entre o programa e o telespectador, é “esse pacto que dirá ao telespectador o que deve esperar ver no programa”. É o pacto sobre o papel do jornalismo, um dos operadores de um dos modos de endereçamento (GOMES e MENEZES, 2016).

A partir desse entendimento, nota-se que o JH celebra um acordo tácito de apresentação da verdade ao seu público e de responsabilidade com a construção de uma sociedade melhor. Nesse contexto, a série analisada utiliza de dados e depoimentos de autoridades no assunto para referendar as desvantagens da cirurgia cesárea frente ao parto normal e assim dar o caráter de verdade ao que é colocado.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Este foi o primeiro exercício de análise com base na teoria do modo de endereçamento, tomando como amostra uma série de reportagens com o título “Quem vai parir?” exibida pelo telejornal da Rede Globo, Jornal Hoje. Desta maneira se mostra que ainda há possíveis análises, não podemos limitar a pesquisa. Porém o exercício evidenciou a importância do papel do jornalismo para identificar a relação do jornal com o público e o que diferencia o programa a partir do estilo.

O telejornal Jornal Hoje é um programa exibido no início da tarde, no momento dos acontecimentos, sendo apresentado por Evaristo Costa e Sandra Annenberg. Nasceu para ser um jornal em formato de revista eletrônica, acabou adotando um formato diferente dos demais telejornais da grade da Rede Globo, por tratar de assuntos como cultura, comportamento e fazer a prestação de serviço com os telespectadores, além de ter maior interatividade com o público.

O exemplo das características do telejornal poder ser vistos na série de reportagens “A hora do parto”. É uma série que trabalha com um tema pouco discutido, traz relatos tratados de forma mais humanizada, levando mais que informação, fazendo com que as mulheres e gestantes reflitam a respeito da assistência ao parto no Brasil.

REFERÊNCIAS

CARVALHO, Maria Paula. **A caixa de ver longe: nasce a televisão.** In:____ Carvalho, Maria Paula. Caravanas da Identidade: Um estudo de recepção sobre as representações feitas pela Caravana JN - por dentro da maior reportagem do Brasil e perto dos brasileiros. 2008. 314f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro. 2008. Disponível em: http://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/13911/13911_5.PDF. Acessado em: 28 de mai de 2016.

ELLSWORTH, Elizabeth. **Modos de Endereçamento:** uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In__SILVA, Tomaz Tadeu da. Nunca fomos humanos: nos rastros do sujeito. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GOMES, Itania Mota e MENEZES, Mariana de Oliveira. **O pacto sobre o papel do jornalismo nos quatro telejornais diários da TV Globo. ANIMUS: Revista**

Interamericana de Comunicação Midiática. v. XIII, p. 51-68, 2008. Disponível em: http://telejornalismo.org/wp-content/uploads/2010/05/Itania_Mariana_Animus_Pacto-jornais-da-globo.pdf. Acessado em 30 de mai de 2016.

_____. **Gêneros Televisivos e Modos de Endereçamento do Telejornalismo.** Salvador: Editora da Universidade Federal da Bahia, 2011.

MISSIKA, Jean-Louis e WOLTON, Dominique. **Televisão: das origens ao multimedia e à interactividade:** A televisão é o objecto mais democrático das sociedades democráticas. In ____ (Org.) O Fenómeno Televisivo. Lisboa: Círculo de Leitores, 1995. Disponível em: http://www.fcsh.unl.pt/cadeiras/httv/artigos/Televisao_das%20origens.pdf. Acessado em 28 de mai de 2016.

HOJE, Jornal. **História do Jornal Hoje.** 2014. Disponível em : <http://g1.globo.com/jornal-hoje/noticia/2010/04/historia-do-jornal-hoje.html>. Acessado em 28 de mai de 2016.

MATTOS, Sérgio. **Um perfil da TV brasileira – 40 anos de história: (1950 - 1990).** Associação Brasileira de Agências de propaganda/Capítulo Bahia e A Tarde, Salvador, 1990. Disponível em: <http://www.andi.org.br/sites/default/files/legislacao/02.%20Um%20perfil%20da%20TV%20brasileira.%2040%20anos%20de%20hist%C3%B3ria.pdf>. Acessado em 28 de mai de 2016.

SECCHIN, Vitor. **Analisando os quatro telejornais da Rede Globo, à luz da análise do discurso crítica.** 2007. 82f. Monografia (Bacharelado em Jornalismo). Departamento de Artes e Humanidades, Universidade Federal de Viçosa. Viçosa. 2007. Disponível em: http://www.com.ufv.br/pdfs/tccs/2007/2007_vitorsecchin_analisejornaisdaglobo.pdf. Acessado em 28 de mai de 2016.

SANCHES, Carla. **Jornal Hoje:** A convergência das mídias e a possibilidade de interatividade com o público. 2010. 88f. Monografia (Bacharelado em Jornalismo). Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora. Juiz de Fora. 2010. Disponível em: <http://www.ufjf.br/facom/files/2013/04/CarlaSanches.pdf>. Acessado em 28 de mai de 2016.