



Estratégias Discursivas e Estruturais: Uma Análise do Jornal Hoje.¹

Cristiane Raquel Ferreira CÂNDIDO²

Janaina de Oliveira CAMPOS³

Laiana Cardoso de OLIVEIRA⁴

Mariana Ramalho PROCÓPIO⁵

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo realizar uma análise qualitativa das estratégias discursivas e estruturais das edições exibidas durante uma semana do Jornal Hoje, tendo como referência principal o estudo feito por Becker (2005). Observamos que este telejornal se destaca por fazer uso de uma linguagem mais informal e leve permitindo uma maior interatividade entre os apresentadores e o público. Por meio da análise foi possível indicar algumas características e peculiaridades adotadas pelo telejornal.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; Linguagens; Jornal Hoje.

1-INTRODUÇÃO

Por mais que a tecnologia avance e novos meios de comunicação sejam lançados a cada dia, a televisão ainda continua sendo o veículo comunicacional mais popular seja para entretenimento, educação ou informação sobre a atualidade.

A televisão, que chegou ao Brasil na década de 1950 pelas mãos de Assis Chateaubriand, hoje ocupa 96,9 % dos lares brasileiros (PNAD 2012). No entanto para acompanhar a evolução da sociedade, além das transformações técnicas absolutamente necessárias, é preciso que as emissoras, principalmente os telejornais se adéquem às necessidades de uma população que anseia cada vez mais informações atuais num curto espaço de tempo.

Analisaremos aqui a linguagem verbal e não verbal utilizada pelos telejornais, em específico o Jornal Hoje. O telejornal que é um dos mais antigos da Rede Globo, foi

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013

² Estudante de graduação, do 8º período de Comunicação Social-Jornalismo da UFV, email: cristiane.rfcandido@gmail.com

³ Estudante de graduação, do 7º período de Comunicação Social-Jornalismo da UFV, email: janaina.campos@ufv.br

⁴ Estudante de graduação, do 7º período de Comunicação Social-Jornalismo da UFV, email: laiana.oliveira@ufv.br

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social-Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa.



transmitido pela primeira vez em 1971, teve sua versão nacional exibida em 1974. De acordo com o site da emissora, desde o início, o JH tem a característica de pautar assuntos do cotidiano e temas mais leves, incluindo também crônicas para ilustrar determinadas temáticas. Alterando muito de seus quadros ao longo dos anos, que variavam de assuntos como beleza e comportamento, além de turismo (que levava o telespectador ao conhecer lugares exóticos pouco explorados), o telejornal optou por manter a característica de jornal revista hoje em dia ele ainda mantém esse padrão, e muito dessa característica deve-se ao fato de que o receptor ideal (público alvo) desse horário são pessoas que estão na correria da hora de almoço, aposentados e jovens que chegam da escola e se preparam para o mercado de trabalho. Isso implica numa abordagem mais leve e assuntos que não demandem tanta atenção, no entanto assuntos polêmicos e repercutidos no momento, os ditos factuais, também tem seu espaço garantido na produção.

Para fins de recorte do objeto, analisamos a seguir uma semana completa do Jornal Hoje (edições dos dias 11 a 16 de fevereiro) com base na análise das estruturas discursivas e estruturais realizada pela pesquisadora Beatriz Becker (2005). Utilizaremos para complementar esse arcabouço teórico, estudiosos de áreas como linguística e comunicação a fim de fornecer mais informações para reflexão e análise. E assim indicar (já que trata de um curto espaço de tempo) características e peculiaridades adotadas pelo telejornal e tendências da própria emissora. Dessa forma analisaremos de maneira prática, como os produtos telejornalísticos trabalham a linguagem como fator na construção do sentido.

2-REFLEXÕES TEÓRICAS: CARACTERÍSTICAS DA PRODUÇÃO TELEJORNALÍSTICA

O jornalismo, assim como toda sociedade está atravessando a fronteira entre a modernidade e sociedade em rede. Essa nova fase é caracterizada pelo rompimento dos valores tradicionais, marcado pela flexibilidade dos processos (PICCININ, 2008).

O telejornalismo que surgiu no início da década de 50 tem a função de fornecer ao cidadão as informações referentes à sociedade como um todo. Além disso, atua como uma representação do imaginário social, fornecendo conceitos, idéias e representações da cultura e realidade local.



Nessa perspectiva, os telejornais ocupam horários estratégicos na programação, variando de acordo com o público-alvo. Parte dessa realidade se configura graças à linguagem dos noticiários que por meio de seu discurso garantem a idéia de verdade e credibilidade do emissor, mesmo que essa imparcialidade transmitida seja apenas intencional. Assim, segundo a visão de Becker (2005) ao ser transformado em notícia, o acontecimento passa por um processo de produção, no qual o jornalista recorre a uma série de estratégias, que possibilitam a revelação de tendências sociais, políticas e culturais.

Os telejornais buscam ser reconhecidos como reflexos da realidade. Porém, essa se baseia nas concepções e visões de seus produtores, que aumentam, diminuem, ou omitem informações de acordo com seus interesses.

Assim, os telejornais, diante de um enorme e fragmentado conjunto de fatos e eventos cotidianos, lançam mão de suas rotinas estabelecidas e dos filtros já antecipadamente dados pelos seus valores-notícias para selecionar aqueles passíveis de serem formatados objetos de tratamento noticioso e daí passarem a frequentar a agenda pública dos debates e das opiniões. (RONDELLI, 1997, p. 155 e 156)

Já a construção do discurso do telejornal, está a todo o momento na tentativa de criar efeito de espelho da realidade. Além disso, Becker (2005) acredita que a função primordial do jornalismo é informar, no entanto, a persuasão é o segredo para o convencimento do texto e da imagem. Assim a comunicação é um processo onde a persuasão passa por dois níveis: de um lado o receptor já munido de alguma bagagem e do outro o emissor e seus valores.

Uma importante ferramenta para esta construção são as inserções ao vivo que busca mostrar que o telejornal está em constante processo de atualização e é capaz de transmitir notícias do Brasil e do mundo em tempo real. “A transmissão *ao vivo* talvez seja, dentre todas as possibilidades de televisão, aquela que marca mais profundamente a experiência do meio.” (MACHADO, 2000, p.125). Pois tem como uma das principais características a transmissão em tempo presente.

A produção dos conteúdos televisivos se fundamenta na junção entre fala e imagem, sem as quais produtos como o telejornal não faria sentido. “O texto falado conduz e alinha imagens, sons, ruídos, gráficos e vinhetas. O discurso verbal disciplina o não verbal, às vezes, numa relação de redundância e lógica.” (BECKER, 2005, p.71).

A imagem funciona como a prova de que o fato mostrado realmente aconteceu. Quase todas as imagens são acompanhadas por um texto em off. Dessa forma, texto e



imagem se complementam e não compete um com o outro. Paternostro defende que uma boa imagem vale mais associada a uma boa palavra. “Se a televisão se impõe pela informação visual, ela prende a atenção do telespectador pela informação sonora.” (PATERNOSTRO, 2006, p.75).

Os telejornais buscam se aproximar cada vez mais do telespectador, por isso, os textos dessas produções pretendem ser claros, objetivos e diretos. A perfeita união entre texto e imagem procura fortalecer a veracidade dos fatos, com a presença de fontes e diversos recursos de imagens como gráficos, tabelas e animações. Há também a famosa tendência de privilegiar os fatos do cotidiano sendo eles dramáticos, inusitados ou voltados para o bolso do telespectador no intuito de mostrar que seus interesses são representados.

3- ANÁLISE DO PRODUTO

Utilizaremos a metodologia de Beatriz Becker que assume 10 categorias para analisar a lógica da produção e as construções discursivas. São elas: estrutura, blocos, ritmo, repórteres, matérias, entrevistas e depoimentos, campos temáticos (as editorias), credibilidade, recursos gráficos e cenários. No entanto, analisaremos a categoria credibilidade como parte das demais.

3.1- ESTRUTURA

Nesta primeira categoria, a autora relata que os noticiários começam com uma escalada “um resumo das principais notícias do dia anunciando o que o telespectador vai acompanhar”. (BECKER, 2005, p.75). Essa técnica é usada para garantir junto ao telespectador o ritmo e a sensação de atualidade. O texto curto possibilita maior dinamismo e quando existe a presença de dois apresentadores, o fato de a informação passar de um para o outro, prende a atenção de quem vê.

Certamente, como ressalta a autora, apresentar notícias do Brasil e do mundo em um tempo reduzido, geralmente menos de meia hora, exige uma sequência de escolhas no modo de apresentar a atualidade. Essas estratégias discursivas irão garantir a competência do telejornal no cumprimento de sua função. Becker (2005) ainda fala do efeito de ubiquidade associado à capacidade de percepção que os enunciados do telejornal provocam no receptor, ou seja, “a sensação de que pode ver tudo, estar em todo lugar e de que nada ficará de fora.” (BECKER, 2005, p.76). Já a sensação de



onipresença “pode ser promovida pela multiplicidade de olhares, pela variedade de fontes de imagens-filmes, tapetes e retransmissão direta.” (BECKER, 2005, p.76).

O Jornal Hoje varia de 20 a 26 minutos desconsiderando os intervalos comerciais. A escalada tem duração média de 2 minutos, sendo as notícias intercaladas quando há dois apresentadores. Eventualmente os repórteres também são inseridos na escalada. Imagens são apresentadas para além de comprovar, valorizar o texto verbal. Essas são técnicas narrativas que buscam, de acordo com Becker (2005), garantir ao telespectador um tudo saber do universo de informações sobre o Brasil e o mundo em um determinado dia. É também a partir desta apresentação que há o despertar do interesse e cria-se uma expectativa no telespectador que decidirá em assistir ou não o telejornal. Uma espécie de “venda do produto”.

3.2-BLOCOS

A segunda categoria são os blocos. É a partir deles que a narrativa dos noticiários é construída e estruturada. Sabe-se que os telejornais são constituídos de pequenas histórias. Sobre isso a autora relata que apesar de não começarem com “era uma vez” e terminarem com “e viveram felizes para sempre” esses efeitos podem ser notados ao longo das edições, principalmente no encerramento. Nota-se que para os encerramentos são priorizadas as reportagens mais leves que “despertem constantemente sentimentos agradáveis como a esperança, a alegria ou o bom humor e a solidariedade e o respeito às diferenças, mesmo quando os principais acontecimentos do dia refletem graves conflitos sociais”. (BECKER, 2005, p.77). Fabiana Piccinin também partilha dessa visão.

De fato, os telejornais se apresentam como a condensação desse “todo” em termos do que foi acontecimento no dia, apresentando-se a partir de uma heterogeneidade de assuntos que vão da economia, política, ciência até acontecimentos internacionais, especialmente nos primeiros blocos por questões estratégicas de audiência, enquanto o último bloco é dedicado às notícias de variedades e esportes que são “soft news”. (PICCININ, 2008, p.18-19).

Becker (2005) responsabiliza os blocos que são separados por intervalos comerciais por quatro princípios de enunciação do discurso dos noticiários. Sendo eles: relaxação, fragmentação, dramatização e comercialização.

O primeiro efeito vai contra a idéia de relaxar e significa manter-se ligado. Como o jornal tem a necessidade de conquistar audiência a todo tempo ele possui um



discurso tenso que segundo Becker é intencional “provocando o interesse constante do telespectador, que não tem chance de relaxar” (BECKER, 2005, p.78). Quando os blocos estão terminando é comum os apresentadores usarem frases ou expressões para chamar a atenção. Um exemplo é a edição do dia 13/02/13.

Sandra Annenberg/ **LOCV-Você vai ver ainda nesta edição** a festa da Mocidade Alegre, a campeã do carnaval de São Paulo.

Passagem de bloco

Evaristo Costa **LOCV-A seguir**, o carnaval da quarta-feira de cinzas. O bloco do Bacalhau desfila pelas ruas de Olinda.

Sandra Annenberg **LOCV-Em Salvador** Ivete Sangalo arrasta a multidão. *Agente volta já, já.*

O efeito de fragmentação é considerado pela autora como um dos principais responsáveis pela articulação do discurso rápido e fragmentado da televisão.

A curta duração de cada unidade informativa não permite, em geral, que se compreenda o fenômeno noticiado em toda a sua complexidade. E como as notícias são apresentadas como um mosaico, raramente oferecem a oportunidade de realizar interligações indispensáveis para a correta apreensão dos problemas sociais. (BECKER, 2005, p.78).

Essa forma de distribuir as matérias nada mais é que a maneira como os telejornais refletem e produzem a realidade. “Eles são organizados em pedaços de realidades televisivas, recheados de significações, que correspondem aos blocos.” (BECKER, 2005, p.79). Essa estrutura narrativa organiza “modos de ver e olhar o mundo, como os atos de uma peça teatral.” (BECKER, 2005, p.79). Já a dramatização diz respeito a natureza ficcional do telejornal que por meio de montagens envolve emocionalmente o telespectador.

A idéia de separar os blocos com intervalos comerciais vem da comercialização. Neles os anunciantes e patrocinadores aproveitam da credibilidade do telejornal para passar uma imagem positiva de sua marca/empresa. No entanto, é bastante comum ver esses noticiários usarem a mesma estratégia “quando fazem publicidade de si próprio, de suas equipes e das edições especiais”. (BECKER, 2005, p.80). Um exemplo foi a chamada no último bloco do dia 15/02/13 que atua como uma espécie de vitrine do Globo Repórter, que seria exibido no mesmo dia.

O primeiro bloco trás os assuntos que estão em discussão como a renúncia do Papa Bento XVI o carnaval, além de fatos inesperados como a queda de um meteoro na



Rússia e o bebe que morreu após ter sido esquecido pelo pai dentro do carro (15/02/13), um caso particular é o quadro *Hoje em Casa.com* que vai ao ar aos sábados. Este bloco tem duração média de 15 a 20 minutos.

No segundo, que dura em média 7 minutos, é comum a inclusão de pautas internacionais e prestação de serviço. Aos sábados é exibido o quadro *Crônicas JH*.

Por fim o terceiro e menor bloco, com aproximadamente 3 minutos, trás geralmente pautas não factuais, reiteração de assuntos de grande visibilidade já tratados no jornal e quadros como *Tô de Folga*, *Jovens do Brasil* e *Sala de Emprego*. São priorizadas sempre as matérias mais leves para produzir sentimentos agradáveis no telespectador. Os três são separados por dois intervalos comerciais de 3 a 4 minutos.

Como observamos essa divisão serve justamente para prender a atenção do telespectador, tanto os já habituados à estrutura, que já sabem o que esperar de cada bloco, quanto àquele que mesmo não tendo conhecimento, se sente preso pela disposição das matérias e as estratégias utilizadas na construção das chamadas.

3.3- RITMO

A terceira categoria é o ritmo. A autora alerta que o ritmo da narrativa é intencionalmente acelerado e “produz um discurso dinâmico, a impressão de atualidade, a sensação de imprevisibilidade” (BECKER, 2005, p.83). O próprio tempo limitado ajuda neste quesito. É preciso então hierarquizar os acontecimentos para poder dar informações rápidas, mas que cubram todo o Brasil e o mundo. Ou seja, o telejornal determina o caminho e o telespectador fica quase sem opções, “pois é levado a percorrer uma sequência de escolhas pré-determinadas” (BECKER, 2005, p.83). Não que o telejornal seja capaz de moldar pensamentos, atitudes e as pessoas em totalidade, mas consegue agendar a realidade.

Todavia, Becker (2005) alerta que não é apenas o tempo de produção e de veiculação do noticiário o responsável pelo ritmo do telejornal, sendo a edição e o formato da matéria, totalmente marcados pela brevidade, fatores determinantes. No JH, percebemos que as matérias são leves e dinâmicas, e a edição é marcada por cortes simples com pouca utilização de efeitos especiais.

Quando pensamos no uso do tempo verbal vemos que a agilidade temporal do discurso vai construir uma idéia de atualidade influenciando na percepção dos acontecimentos. “Para o telespectador, as freqüentes mudanças no tempo da narrativa



promovem, especialmente, a sensação de que o noticiário está ligado o tempo todo nos acontecimentos do Brasil e do mundo; nada escapa ao seu olhar, o que também nos remete ao efeito de ubiquidade”. (BECKER, 2005, p.84). Acompanhe o exemplo da escalada do dia 15/02/13 que ilustra bem essa sensação:

Evaristo Costa	-Boa Tarde.
Sandra Annenberg	-Boa Tarde.
Evaristo Costa	-Uma bola de fogo no Céu. O meteorito entra na atmosfera da Terra e leva pânico aos moradores de uma região da Rússia.
Sandra Annenberg	-Quase mil pessoas ficaram feridas. O tremor disparou alarmes de carros, alterou a frequência de telefones celulares, quebrou janelas e abalou a estrutura de prédios.
Evaristo Costa	-Os estragos da chuva em São Paulo.
Sandra Annenberg	-A maior cidade do país ainda sofre com as consequências do temporal que castigou a metrópole no fim da tarde de ontem.
Evaristo Costa	-Aconteceu de novo.
Sandra Annenberg	-O supervisor de um supermercado no interior de Minas esqueceu o filho de sete meses no carro e o bebê morreu.
Evaristo Costa	-Uma mulher é presa depois de bater em um carro, atropelar um gari e fugir de uma blitz da lei seca.
Sandra Annenberg	-A polícia da África do Sul prende o atleta paralímpico Oscar Pistorius pelo assassinato da namorada e os promotores dizem que o crime foi premeditado.
Evaristo Costa	-O Papa Bento XVI nomeia o novo presidente do banco do Vaticano.
Sandra Annenberg	-As novas regras da telefonia fixa no Brasil
Evaristo Costa	-Os concertos das linhas terão que ser feitos em 48 horas e o consumidor não poderá esperar mais que um minuto para o atendimento no telefone.
Sandra Annenberg	- E hoje é sexta-feira dia do Tô de Folga
Evaristo Costa	-Que tal viajar para duas praias cheias de aventura no litoral do Ceará. Prepare-se para fazer passeios radicais na terra e no mar.
Sandra Annenberg	-Agora no Jornal Hoje.

3.4-APRESENTADORES-LOCUTORES E ÂNCORAS

A quarta categoria são os apresentadores-locutores e âncoras. Conhecidos por muitos como os donos da verdade eles estão presentes na casa dos telespectadores como um companheiro. Geralmente é alguém “sentado à frente de um cenário, enquadrado na



altura do peito, que nos olha e nos fala o que há para ser dito sobre o mundo. (BECKER, 2005, p.85). Para a autora, os âncoras são como os maestros de uma orquestra e junto com especialistas assumem o papel de organizar o caos da atualidade. Já os comentaristas, geralmente especializados em algum campo de conhecimento, “legitimam a informação e reforça a “veracidade” das enunciações no telejornal”. (BECKER, 2005, p.85).

Evaristo Costa e Sandra Annenberg são os apresentadores oficiais. Eles geralmente fogem da postura padrão de olhar direto para a câmera, dando a impressão que estão olhando nos olhos do telespectador. Além da irreverência característica da Sandra que está na bancada desde 2003, as piadas e comentários entre os dois são frequentes. Geralmente aos sábados e alguns feriados o jornal é apresentado por um único jornalista. Costuma ser Flávia Freire, Guilliana Morone, Ana Paula Araújo, Rosana Jatobá, Mariana Godoy, Poliana Abritta, Renata Capucci, Zileide Silva.

3.5-REPÓRTERES

A quinta categoria são os repórteres que costumam variar no estilo e têm como principal função interpretar e testemunhar fatos em especial nas transmissões ao vivo. Os locais de gravação não são escolhidos de forma aleatória. “O ambiente visual, as instalações, os objetos e as pessoas em referência atribuem sentidos ao fato social e reafirmam o que está sendo apresentado. Essas funções estão identificadas com o importante princípio discursivo dos telejornais: imediatismo.” (BECKER, 2005, p.87).

Essa presença dos repórteres no local do acontecimento transmite idéia de atualidade, e muitas vezes a sensação de que o fato ocorre no momento da transmissão da notícia. No JH eles estão presentes na maioria das matérias, sendo que geralmente fazem uma passagem. Há exceções dependendo da relevância do assunto como no dia 13/02/13 na reportagem sobre a comemoração da escola de samba campeã do carnaval de São Paulo, Mocidade Alegre, a repórter Veruska Donato fez três entradas ao vivo direto do barracão da escola.

3.6-MATÉRIAS

Existe uma seleção dos fatos que serão transformados em notícia e os que não serão em função de diversos fatores como os critérios de noticiabilidade, tempo disponível, relevância, formato de apresentação, disponibilidade de imagens e fontes.



Ou seja, são feitas escolhas, recortes, em construção de sentido de acordo com interesses do público, da emissora e dos anunciantes. No entanto, o telejornal “não é feito somente de notícias importantes do dia, mas de uma mistura de gêneros discursivos.” (BECKER, 2005, p.87). Essa inclusão de notícias mais diversificadas que enfatizando o entretenimento faz parte da busca pela conquista de audiência. É essa escolha que vai diferenciar cada telejornal.

O Jornal Hoje se caracteriza pela inclusão de matérias mais leves, que abordam temas do cotidiano sem priorizar a violência, e também são variadas passando por culinária, moda, defesa do consumidor, cidadania, arte, já que com dito o público do horário de exibição é bastante diversificado. Este telejornal exibe uma média de 15 matérias por edição que são devidamente distribuídas entre os blocos.

3.7-ENTREVISTAS E DEPOIMENTOS

Não é difícil notar que as fontes mais presentes nos telejornais são os empresários, políticos, presidentes, diretores. Os pobres ou mesmo a classe média quase nunca são usados como fonte oficiais e “quando ganham espaço, são apresentados de modo sensacionalista ou através de estereótipos e clichês.” (BECKER, 2005, p.91). Observa-se que os espaços ainda não são igualitários até mesmo nos jornais locais que procuram contar com a participação dos anônimos.

Vemos também que muitas entrevistas são feitas apenas para gerar um efeito de verdade no que foi dito. “Os entrevistados aparecem no vídeo apenas para confirmarem, justificarem e provarem que é real aquilo que o texto enuncia e normalmente, não trazem nenhuma informação nova, enriquecedora, definitiva, mas são imprescindíveis como instrumento de autenticação do que é dito” (BECKER, 2005, p.72).

O que se nota em geral é a utilização de fontes oficiais em todo telejornal. No entanto, há exceções, como por exemplo, na edição do dia 15/02/13, a matéria “São Paulo vive as consequências da tempestade de quinta-feira” do JH utilizou fontes não oficiais, como as vítimas da chuva o que é muito comum em matérias relacionadas a tragédias naturais, que serviram apenas para provar que o fato era real.

3.8-CAMPOS TEMÁTICOS/ EDITORIAS

Podemos perceber que os jornalistas agem diretamente na construção da realidade mostrada deixando de lado a idéia de passividade. Com isso os campos



temáticos são construídos de acordo com a realidade que a emissora quer mostrar não deixando de lado o que acreditam ser de interesse do público. Com isso percebemos que as empresas,

(...) procuram impor uma ordem espacial e temporal ao mundo social e, neste sentido, adotam algumas estratégias: dividem áreas de responsabilidade territorial, com a presença ou não de escritório internacionais, que procuram complementar, diferenciar e ampliar os serviços oferecidos pelas agências internacionais de notícia; elegem instituições e fontes permanentes de consulta de acontecimentos e realizam classificações temáticas para reordenar a abundância das informações. (BECKER, 2005, p.93).

Com isso o que os telejornais anseiam oferecer todos os dias é a oportunidade de realizar uma travessia audiovisual e transmitir maior volume de conhecimento em um curto espaço de tempo.

O JH não possui editorias bem definidas e os assuntos entram em pauta de acordo com a factualidade, não dispensando as “matérias frias”. Porém as temáticas mais comuns são voltadas para o dia a dia dos telespectadores.

3.9-RECURSOS GRÁFICOS E CENÁRIO

Hoje em dia têm-se a idéia que os telejornais são verdadeiros espetáculos, onde a imagem da transmissão da verdade é a responsável pela credibilidade. Nessa idéia de show, apenas palavras não são suficientes, principalmente quando se trata de telejornalismo, em que a imagem ocupa o lugar central. “O telejornal faz desfilarem diante de nossos olhos não só imagens–sínteses da tecnologia televisual e da atualidade, mas também personagens e candidatos a identificações imediatas, num jogo de sedução e empatia.” (BECKER, 2005, p.99).

Além das imagens, a utilização de recursos gráficos é extremamente importante. No JH, por exemplo, há a representação da redação como dinâmica e atual, ou seja, ao mostrar os funcionários trabalhando transmite a idéia de “redação que nunca para”. Além disso, foge ao padrão novamente ao optar por cores mais vibrantes, fugindo do clássico azul. Durante as reportagens, são amplamente utilizados, recursos como infográficos, animações, simulações e outras artes gráficas. As imagens retratam bem o que a autora diz.

Imagem 1: Cenário do JH



Na imagem 1 do dia 06/02/12 que mostra o cenário do telejornal é possível observar a presença de jornalistas trabalhando de fundo, que como já foi dito transmite uma mensagem de atualização contínua. Também são notadas as cores vibrantes descritas acima fugindo do clássico azul.

Imagem 2: Arte gráfica



Esta imagem é uma arte gráfica usada no dia 13/02/13 para ilustrar o número de mortos nas estradas no carnaval. Como se trata de dois estados e fala de números uma das estratégias mais utilizadas pelos telejornais, inclusive pelo JH, são os infográficos que ajudam a fixar melhor a mensagem e são ao mesmo tempo atraentes.



4-CONCLUSÃO

Pensando nas categorias estabelecidas por Becker (2005) percebemos que, como ela própria alerta, o telejornal é sem dúvida uma encenação do real ritualizada entendida por alguns como um perfeito espetáculo.

Vimos que a linguagem utilizada, seja verbal ou não, serve como garantia de verdade ao que é apresentado assim como fornece a credibilidade, tão almejada, ao emissor. O uso de fontes oficiais e imagens reais ou gráficas que comprovam o que está sendo dito é um bom exemplo disso.

No que diz respeito às fontes notamos que as mais utilizadas são as oficiais, sendo que as outras principalmente as de classe mais baixa são ouvidas mais em casos de serem vítimas de desastres naturais, violência ou descaso público. Este é um fato que deve ser repensado pelos profissionais do jornalismo já que o telejornal deveria ser um lugar de representação de diversas classes. No entanto, o espaço reservado aos excluídos e a forma como são tratados é bastante destoante dos demais.

Percebemos também que o tempo é um fator determinante no telejornal. Seja no processo de escolha para pautar uma notícia que requer um maior desdobramento para ser apurada e montada, na decisão dos assuntos, na divisão por blocos. Ou seja, ele tem influência sobre o conteúdo e o formato dos textos. É comum ver matéria que não passam de trinta segundos e muitas vezes as imagens são bastante comuns, não há tempo ou coragem para inovar.

Pela análise do Jornal Hoje notamos que muito do que foi discutido nas categorias da autora são aplicáveis. Observamos que ele é sim um recorte da realidade, que como o esperado, faz uso de diversas estratégias enunciativas, e dispositivos audiovisuais. Está o tempo todo tentando mostrar que estão ligados em todos os fatos do Brasil e do mundo e usam diversas técnicas para produzir uma sensação de atualidade no telespectador. No entanto, ele sobressai quando usa uma linguagem menos formal como nos comentários e piadas feitos pelos apresentadores e por apresentar diferentes quadros voltados para o seu público com matérias leves e de bom tempo de duração.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**: um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento do Brasil. 2ª Ed. Rio de Janeiro: e-papers, 2005.



CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. Trad. Angela M. S. Corrêa. São Paulo: Contexto, 2006

G1-<http://g1.globo.com/economia/noticia/2012/09/numero-de-casas-com-tv-supera-o-das-que-tem-geladeira.ht> acessado em 10/03/2013.

JORNAL HOJE: <http://g1.globo.com/jornal-hoje/> acessado em 09/03/2012

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a serio**. 5ª ed. São Paulo: Senac, 2000.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. 7ª ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PICCININ, Fabiana. Edição na TV: olhares híbridos no tratamento da notícia. In: FELIPPI, Ângela (Org.); SOSTER, Demétrio de Azeredo (Org.); PICCININ, Fabiana (Org.). **Edição de imagens em jornalismo**. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2008, p. 14-39.

RONDELLI, Elizabeth. Realidade e ficção no discurso televisivo. **Letras**, Curitiba, n. 48, p. 149-162. 1997.