



## **Estratégias Discursivas no Balanço Geral Espírito Santo – Uma Análise do Telejornal que “Fala a Língua do Povo”<sup>1</sup>**

Juliana Benichio LEITE<sup>2</sup>  
Prof. Dr. Rafael da Silva Paes HENRIQUES<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

### **Resumo**

O artigo tem por objetivo realizar uma análise discursiva do Balanço Geral ES, telejornal da TV Vitória, afiliada da Rede Record de Televisão no Espírito Santo. Este trabalho é resultado das atividades desenvolvidas no grupo de pesquisa de Iniciação Científica da Ufes, “Telejornalismo e Produção de Sentidos”, coordenado pelo professor Rafael Paes Henriques. Neste artigo pretende-se identificar e evidenciar as estratégias de aproximação e distanciamento do público, levando em conta os recursos narrativos empregados pelo apresentador, através da observação e análise de edições de um período de três semanas do mês de novembro de 2014. Para isso utilizaremos como base alguns operadores de análise desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, da Universidade Federal da Bahia (GPAT – Ufba).

**Palavras-chave:** Telejornalismo; Modos de Endereçamento; Estratégias Discursivas; Audiência; Balanço Geral ES.

### **Introdução**

A televisão é um dos principais veículos de comunicação de massa, uma vez que possui grande abrangência e uma extensa produção de sentidos, ocupando um lugar significativo no cotidiano de públicos variados. Os discursos sociais veiculados pela televisão, diante da amplitude desse meio, ganham grande circulação.

O telejornalismo é uma atividade de destaque nas emissoras televisivas, estando historicamente presente. Trata-se, como o próprio nome já diz, da confluência entre a televisão, com seu poder de difusão, e o jornalismo, com seu papel de informar com

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no II01 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da Ufes, email: benichiojuliana@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Ufes, email: rafaelpaesh@gmail.com.



credibilidade a sociedade. No contexto jornalístico, o telejornalismo passou por constantes transformações. O que se tem observado atualmente é um novo modelo de telejornais com características de cunho popular. Ressalta-se que o conceito de popular utilizado aqui “não se explica pela sua fonte, mas remete-se antes a características ligadas ao destinatário e ao produto” (FRANÇA, 2009, p. 226).

O conceito de popular ligado ao destinatário está relacionado à esfera da recepção, quando há vasta aceitação de determinado produto quando ele serve interesses que dizem respeito a todos. Já quanto ao produto, o popular está em sua forma apelativa, na construção do destinatário e no caráter híbrido dos conteúdos (FRANÇA, 2009). Ou seja, o produto faz o uso de estratégias para seduzir o público e supõe um modelo de telespectador ao qual se dirige. Tal telespectador pode ser próximo, no sentido de que é citado de forma pessoal, ou distante, por representar todos os cidadãos. Nos conteúdos há uma mistura dos assuntos com os valores que os revestem, isto é, uma difusão entre forças hegemônicas e contra-hegemônicas.

O Balanço Geral ES, que vai ao ar de segunda a sábado, a partir das 12h30, na TV Vitória, afiliada a Rede Record de Televisão no Espírito Santo, é um desses telejornais de formato popular. Ao retratar o popular, o programa incorpora elementos dessa esfera ao mesmo tempo em que integra marcas próprias do gênero televisivo, com o propósito de produzir efeitos de sentido no processo de comunicação com o público.

O objetivo deste artigo é analisar a forma como o Balanço Geral ES relaciona-se com a audiência, focalizando, sobretudo, em seu discurso de modo que seja possível identificar suas estratégias de aproximação e distanciamento. Nós vamos buscar tais elementos investigando quais os recursos narrativos que os mediadores usam para dialogar com os telespectadores.

### **O Telejornalismo Popular**

Sabe-se que a televisão é um meio que representa um papel considerável na sociedade, com forte influência sobre a audiência, visto que “age sobre o cotidiano e produz efeitos de unificação de laços sociais e afetivos” (BECKER, 2004, p. 15).

Entretanto, apesar de seu amplo alcance social e poder de difusão, a TV é também um campo que sofre interferências e pressões mercadológicas e políticas. Sendo assim, as disputas pelo índice de audiência são constantes. Diante de tais circunstâncias, Pierre Bourdieu (1997) afirma que a televisão é um instrumento que apresenta pouca autonomia, uma vez que:



[...] pesa toda uma série de restrições que se devem às relações sociais entre os jornalistas, relações de concorrência encarniçada, implacável, até o absurdo, que são também relações de convivência, de cumplicidade objetivada, baseadas nos interesses comuns ligados à sua posição no campo de produção simbólica e no fato de que têm em comum estruturas cognitivas, categorias de percepção e de apreciação ligadas à sua origem social, à sua formação (ou à sua não-formação) (BOURDIEU, 1997, p. 50-51).

O telejornalismo está inserido nesse meio. Daí, os programas passam a buscar estratégias de comunicação que ampliem o mercado consumidor a medida que aproxima-se do público. “Levadas pela concorrência por fatias de mercado, as televisões recorrem, cada vez mais aos velhos truques dos jornais sensacionalistas (...)” (BOURDIEU, 1997, p. 73).

O telejornalismo popular tem como viés a retratação do cotidiano do povo, incorporando elementos culturais desse setor. É importante ressaltar que “a notícia é uma construção e não uma representação fiel da realidade” (GOMES, 2011, p. 21). Ou seja, os jornalistas constroem a realidade através de uma determinada concepção que segue um formato jornalístico pré-determinado pelo meio, ao mesmo tempo em que são resultado desse processo. São, simultaneamente, produtores e produtos do senso comum. Bourdieu aponta que “os jornalistas têm “óculos” especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (BOURDIEU, 1997, p. 25).

Visando a aproximação com sua audiência, os telejornais populares utilizam recursos apelativos, onde o “fazer sentir” (dramatização, apelo emocional) acompanha e se sobressai ao “fazer saber” (o ato de informar) (CHARAUDEAU, 1997). Trabalha com o choque, a curiosidade, o impacto, apresentando fatos que se desviam da normalidade, que são espetaculares/extraordinários. Isso tudo sempre tendo como norte a construção de uma relação de sedução com o público, garantindo sua atenção e fidelidade ao programa. Segundo Márcia Franz Amaral (2011), “A prática do jornalismo popular é um exercício de empatia porque exige que o jornalista permanentemente se coloque no lugar do leitor” (AMARAL, 2011, p. 128).

Nesse sentido, este artigo ocupa-se em analisar e identificar as estratégias de comunicação e aproximação com público por parte do Balanço Geral ES, considerado aqui um telejornalismo de caráter popular.



## Metodologia

Para a análise, nos apoiaremos nos recursos metodológicos desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo, da Universidade Federal da Bahia (GPAT – Ufba), coordenado pela professora Itânia Maria Mota Gomes.

Com os operadores de análise dessa metodologia, é possível discernir quais são os atuais modos de endereçamento do Balanço Geral ES, isto é, como ele atualiza concretamente o que já está determinado historicamente pelo gênero telejornal. O modo de endereçamento consiste em um conceito que:

[...] refere ao modo como um determinado programa se relaciona com sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e que o diferencia dos demais. Ele permite verificar como instituição social e forma cultural se atualizam num programa específico (GOMES, 2011, p. 36).

Nesse contexto, utilizaremos, principalmente, os seguintes operadores de análise: mediador, texto verbal e pacto sobre o papel do jornalismo. Partiremos das hipóteses de que É a partir do apresentador que o telejornal se estrutura; o modo que conduz o programa é um importante aspecto em nossa investigação. O estudo do texto verbal nos permitirá “revelar as estratégias empregadas pelos mediadores para construir as notícias, interpelar diretamente a audiência e construir credibilidade” (GOMES, 2011, p. 37). Por fim, será pela compreensão do pacto sobre o papel jornalístico que conseguimos constatar como o telejornal “atualiza as premissas, valores, normas e convenções que constituem o jornalismo como instituição social de certo tipo (...)” (GOMES, 2011, p. 39). Frisamos aqui que:

[...] os operadores se articulam entre si, não devem ser observados nem interpretados isoladamente. Ao mesmo tempo, é importante tomar em conta que o objetivo de análise não deve ser descrever ou interpretar cada um dos operadores isoladamente, mas, através dos operadores, acessar o modo de endereçamento de um programa específico: os operadores são os “lugares” para onde o analista deve olhar, não o fim último do esforço analítico (GUTMANN, SANTOS, GOMES, 2009, p. 80).

A partir daqui, o artigo será dividido em três tópicos. Um trabalha com a descrição do Balanço Geral ES, incluindo sua emissora, dias e horário que é transmitido, o apresentador e sua performance e até mesmo como o próprio programa se descreve. O outro tópico contém os resultados obtidos com a análise da amostra tendo como base os conceitos teóricos e metodológicos apresentados neste artigo.



## **Balanço Geral ES – O telejornal que fala a língua do povo**

O Balanço Geral ES é um telejornal da TV Vitória, afiliada da Rede Record de Televisão no Espírito Santo, tendo como apresentador o jornalista Amaro Neto. Vai ao ar de segunda a sábado, das 12h30 às 14h. O telejornal que “balança a TV capixaba” se descreve em seu *site* como um programa que:

[...] mostra reportagens exclusivas, denúncias, prestação de serviço, coberturas ao vivo e os assuntos que mexem com o dia a dia da comunidade, como prolemas nos bairros, segurança e saúde pública. O bom humor também é marca registrada do Balanço Geral, com matérias sobre personagens e curiosidades do Estado (BALANÇO GERAL).

Tal descrição do site é uma maneira de explicitar qual é o pacto sobre o papel do telejornalismo que o Balanço pretende exercer. Na análise deste artigo, um dos objetivos é verificar se o telejornal vem efetivamente cumprindo com isso que promete.

Elizabeth Bastos Duarte e Vanessa Curvello (2009) afirmam que todo subgênero televisual possui um tom que lhe é adequado. O telejornal, por exemplo, tem como tom a credibilidade, a verdade dos fatos que são noticiados, a seriedade. No entanto, os produtos podem modificar, substituir esse tom original por:

[...]novas combinatórias tonais que se tornem marcas registradas do programa, pois, mesmo que não sejam sempre absolutamente originais, atuam como signo de diferenciação, com forte potencial fidelizador do público telespectador (DUARTE, CURVELLO, 2009, p. 65).

Porém, deve-se destacar que a seleção da combinatória tonal não é neutra, pelo contrário, se dá sob um ponto de vista singular. Adelmo Genro Filho (1987), afirma que o telejornal, mesmo que factual, não consegue deixar de produzir certo grau de interpretação dos fenômenos, informando o singular de cada evento, mas também apontando, mesmo que na forma de premissas assumidas, para aspectos particularidades da realidade. Em outras palavras, o singular não fica destituído de significação, há sempre algo subtendido, uma ideologia por trás (GENRO FILHO, 1987).

Isso quer dizer que o telejornal, mesmo que factual, não consegue deixar de produzir certo grau de interpretação dos fenômenos, informando o singular de cada evento, mas também apontando, mesmo que na forma de premissas assumidas, para aspectos particularidades da realidade.

O tom marca sua presença aproveitando-se da “articulação dos diferentes níveis de linguagens, utilizados na expressão desse tipo de texto: harmonização de cores,



formas e sons, jogo de câmeras e edição, registros de fala, figurinos, cenários, encenação, etc” (DUARTE, CURVELLO, 2009, p. 61).

Amaro Neto desempenha no telejornal um papel de condutor-mediador. Isto é, além de conduzir o programa, ele também é responsável pela mediação entre a instância de enunciação e de recepção. Sua figura no Balanço Geral ES é, portanto, indispensável, uma vez que retém a capacidade de envolver o telespectador e passa a ser identificado ao telejornal.

Aliás, são por determinadas características, pela imagem construída para si enquanto ator social – mordacidade, ironia, argúcia, descontração – que esses sujeitos normalmente são escolhidos para comandar um programa, no qual devem enquanto atores discursivos, representar de forma caricaturesca a si mesmos enquanto atores sociais (DUARTE E CURVELLO, 2009, p. 73).

Partindo dessas considerações, investigaremos qual é o tom do Balanço Geral ES através da análise das edições que gravamos.

### **Resultados obtidos com a análise**

Foram gravadas e analisadas 18 edições do Balanço Geral ES no mês de novembro de 2014. Cada uma delas tem cerca de 1h30min de duração, sendo o programa dividido em quatro blocos. As matérias são alternadas entre as diversas editorias (que envolvem em sua maioria criminalidade, prestação de serviços, trânsito e cultura/entretenimento) e os quadros presentes na programação semanal (como a Praça do Povo).

O programa de sábado tem uma estrutura um pouco diferenciada, começando pelo seu tempo de exibição, que é apenas 1h. Seu conteúdo apresenta mais notícias voltadas ao entretenimento (reportagens que abordam música, dança, esportes e humor) do que durante a semana, embora as de caráter policial, isto é, que abordam violência – tráfico de drogas, assaltos/roubos, homicídios, entre outros – ainda predominam. Das 36 reportagens exibidas nos sábados da amostra (08/11, 15/11 e 22/11), 21 são de violência, 10 de entretenimento e 5 de prestação de serviços.

Assuntos de alto índice de violência, principalmente com crimes interligados ao tráfico de drogas e ineficácia do serviço público nos setores de saúde, segurança, infraestrutura e educação são pautas recorrentes no telejornal.

Como visto no tópico anterior, Amaro Neto é figura de destaque no Balanço Geral ES. Ele conduz o telejornal atribuindo valores a determinados aspectos, escolhendo qual



notícia será transmitida primeiro, qual câmera que quer se dirigir e quais fatos quer evidenciar para o telespectador. “Divide a tela que o Moreno vai trazer informações de um traficante que acabou na jaula”<sup>4</sup> Frases como “Veja só, enche a tela, balança!” ou “Acompanhe agora” também são ditas quase sempre por Amaro antes de rodar as reportagens. Eliseo Verón (1983), nas palavras de Janira Borja (2011),

[...] classifica os apresentadores em “apresentador-ventríloquo” e “apresentador moderno” ou meta-enunciador”, baseado na gestualidade e no posicionamento diante das câmeras. (...) com o meta-enunciador, expande-se a dimensão corporal e todo o corpo é mediatizado na relação com o telespectador (BORJA, 2011, p. 230).

Em análise do Balanço Geral da Record em Salvador-BA, a pesquisadora Janira Borja esclareceu que a performance do meta-enunciador diante das câmeras “vem acompanhada de uma expansão do cenário, que ganha profundidade e arquitetura e uma maior variedade de movimentos de câmera” (BORJA, 2011, p. 230).

Coube na análise deste artigo a verificação de como Amaro estabelece a relação com o telespectador, como ele se aproxima do público. Uma estratégia é o apelo ao emocional, que procura realizar um processo de identificação com a audiência. O apresentador demonstra emoções com as notícias transmitidas através da escolha de palavras, dos argumentos e da entonação de voz, que podem expressar revolta, ironia, severidade, animação, alegria, etc. Uma reportagem da edição do dia 20 de novembro, que mostrava a situação degradante de moradores de rua, que trocaram a convivência familiar pelas drogas, é um bom exemplo dessa estratégia. É uma matéria que reforça o discurso de que o tráfico destrói a vida das pessoas e que possui um forte apelo emocional. Nota-se isso não somente pelo texto verbal do apresentador, mas também pelos recursos audiovisuais, que são de extrema importância para estabelecer tal apelo com a audiência.

Durante toda a notícia há como trilha sonora de fundo uma música dramática, que motiva sentimentos como tristeza e compaixão; ao mesmo tempo, o repórter apresenta os locais em que esses moradores de rua vivem sob péssimas condições. As imagens são constantemente repetidas. Amaro complementa esse conjunto apelativo conduzindo a matéria em um tom emocionado, com a voz trêmula, de modo que estimule o público a se identificar com sua emoção, diante do drama vivido pelas pessoas retratadas na reportagem.

---

<sup>4</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 12 de novembro de 2014.



Vocês sabem que eu sou um chorão danado e ver uma reportagem como essa, cara, eu me emociono demais, porque, bicho, você vê tanta gente sofrendo. E é por isso que voltei para esse estado e por isso que me candidatei (como deputado) também. É para tentar ajudar pessoas assim (AMARO NETO).<sup>5</sup>

Desse modo, é fortalecido o vínculo com a audiência. Além disso, em todas as edições assistidas para a análise deste artigo, Amaro dedica uma parte do tempo para falar diretamente com o telespectador, parabenizando aniversariantes do dia ou mandando beijos e abraços, que inclusive são solicitados pelos próprios telespectadores por meio do site do telejornal ou das redes sociais.

Outra estratégia está no uso da linguagem coloquial, de expressões populares em seu discurso, de uma maneira que constitua um ambiente descontraído, despojado e natural. É uma forma de adentrar no mundo do telespectador, indicando que Amaro Neto está “ao lado do povo” ao “falar como todos”. Daí o slogan adotado pelo programa “O telejornal que fala a língua do povo”, que quer passar ao público justamente essa ideia, de que funciona como um porta-voz da população. “Você ‘tá’ vendo a realidade do Espírito Santo na tela da TV Vitória. Agora, essa realidade acontece na vida de centenas de famílias, milhares de famílias daqui do nosso estado” (AMARO NETO).<sup>6</sup>

Contudo, ao mesmo tempo em que Amaro assegura essa aproximação com o público, seu discurso também dispõe de estratégias de distanciamento “que o autoriza a selecionar, classificar e valorar os acontecimentos do mundo”, conforme indicou Janira Borja em estudo anterior sobre o Balanço Geral de Salvador-BA (BORJA, 2011, p. 232). Ou seja, assume o poder de julgar e hierarquizar os fatos, e o papel de intermediário entre o poder e o público. “Sendo assim, já não mais se localiza ao lado do povo, mas acima dele. Preocupado com as questões populares, mas com poder suficiente para acionar as instituições públicas” (BORJA, 2011, p. 232). “Eu sei que é difícil resolver, mas precisa da boa vontade. Então eu quero fazer um pedido ao prefeito Aldifax Barcelos, que é cristão, que olhe com carinho esse caso de Hélio Ferraz” (AMARO NETO).<sup>7</sup>

Algo perceptível nas edições aqui analisadas do Balanço Geral ES, foi o fato de que em todas as reportagens Amaro manifesta uma conduta didática, pois após a matéria ser veiculada, ele repete informações, as explica e “traduz” para o idioma popular. O

---

<sup>5</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 20 de novembro de 2014.

<sup>6</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 14 de novembro de 2014.

<sup>7</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 04 de novembro de 2014.





objetivo é descomplicar o que foi dito para facilitar a compreensão do telespectador. “Então quer dizer, o cara achava que tinha pago tudo, ‘tava’ trabalhando de boa aqui no estado, mas acabou sendo grampeado porque tinha dois mandados em aberto (...)”.<sup>8</sup>

Além disso, essa postura de orientar também pode ser verificada nas situações em que Amaro conduz o programa orientando o telespectador, chamando atenção para algum detalhe ou induzindo alguma reação como indignação e surpresa. “Você ouviu o que o policial falou. É o que eu sempre ‘tô’ falando aqui. Se o poder público não interferir nessas áreas é isso que acontece”(AMARO NETO).<sup>9</sup>

Entre as estratégias discursivas citadas acima (aproximação e distanciamento), é possível identificar quais sentidos preferenciais o programa adota. Simone Maria Rocha (2011) faz referência a Fiske (1987), que trabalha com a ideia de que o texto televisivo é um potencial de sentidos, e portanto o qualificou como “um estado de tensão entre forças de fechamento, em favor de seus sentidos preferenciais, e forças de abertura, que capacitam os diversos espectadores a negociar uma variedade de sentidos apropriados” (ROCHA, 2011, p. 183). É por meio de elementos como ironia, piadas, excesso, metáfora e contradição que o telespectador consegue identificar os sentidos preferenciais de um texto audiovisual.

No caso do Balanço Geral ES, nota-se, por exemplo, o sentido preferencial recorrente de que todos aqueles que se envolvem com o tráfico de drogas acabam parando na cadeia, matando ou morrendo. Em uma reportagem na edição do dia 17 de novembro de 2014, sobre a prisão de um suspeito de gerenciar o tráfico de drogas em Vila Velha, Amaro diz, se referindo a guerra do tráfico, que “o pau ‘tá’ quebrando com gosto de gás todo dia, toda hora porque cada um quer enfrentar o outro. E aí, no pau, os caras estão indo pra vala”.

Há ainda uma ênfase em dizer, diante de problemas como violência, falta de segurança e ineficácia do serviço público (frequentemente abordados no programa) que o povo está com medo e não aguenta mais.

A gente tá vendo que as nossas famílias estão acabando por causa da droga. E outra coisa, nesta última campanha que eu fiz, eu pude ver que nós estamos a mercê do tráfico porque o Estado não ocupa as regiões que deveria ocupar (AMARO NETO).<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 13 de novembro de 2014.

<sup>9</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 18 de novembro de 2014.

<sup>10</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 03 de novembro de 2014.



Há no Balanço Geral a necessidade de reforçar o pacto sobre o papel do jornalismo estabelecido pelo programa. Discursivamente, o telejornal defende a ideia de que o papel do jornalismo é o da vigilância. Quando a estreia do helicóptero da TV Vitória, o ‘Trovão Azul’, foi noticiada, Amaro ressaltou a onipresença do telejornal, dizendo: “se pintou algo interessante, pintou novidade, temos nosso helicóptero aí”<sup>11</sup>, reforçando que o programa está sempre atento aos acontecimentos. A partir disso, cria-se a exploração do “ao vivo”, que expressa um sentido de credibilidade a notícia na medida em que são apresentadas imagens no mesmo instante em que o fato é noticiado.

Além disso, outro aspecto dentro do Balanço que estabelece e revela sua promessa sobre o papel do jornalismo é o quadro “Praça do Povo”, no qual podem ser identificados valores do jornalismo enquanto uma instituição social. O telejornalismo tem como função institucional tornar pública a informação e faz isso por meio de sua formação em áreas sociais, culturais e econômicas. No quadro, segundo o site,

A equipe de reportagem do Balanço Geral vai às praças do Espírito Santo, para ouvir a voz do povo. No link ao vivo, as pessoas apresentam suas reclamações, denúncias e opiniões, fazem críticas e elogios, enfim, dão seu recado. Além disso, o espaço é aberto para os artistas populares capixabas mostrarem seu talento (BALANÇO GERAL).

Algo que também não passou despercebido durante a análise das edições analisadas foi a postura do apresentador quando alguém se recusa a conceder entrevista ao repórter do programa. Ele faz questão de dizer que tal pessoa não deveria fazer isso. Amaro afirma que o Balanço Geral ES quer ouvir o que todos tem a dizer, inclusive os indivíduos que cometeram algum crime ou são suspeitos de terem cometido, apesar desses serem tratados com deboche e ironia, sobretudo por parte do apresentador:

“Eu já fiz o pedido (...) pra rapaziada falar com a gente, pô. Troca ideia! Você vê que teve que levantar o queixinho do simpático que não queria”.<sup>12</sup>

“Eu já falei com vocês, vocês que estão no movimento, que estão na quebrada, vê a nossa canopla, viu o repórter do Balanço, pode falar! A gente quer ouvir o lado de vocês sim”.<sup>13</sup>

“Fala com nós, to querendo dar voz a você irmãozinho, se não quiser falar, aí te esculacha”.<sup>14</sup>

Percebe-se nesses trechos de fala de Amaro que o programa quer garantir o papel de informar e vigiar, quer construir discursivamente a ideia de que está sempre atrás das

---

<sup>11</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 04 de novembro de 2014.

<sup>12</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 05 de novembro de 2014.

<sup>13</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 07 de novembro de 2014.

<sup>14</sup> Balanço Geral ES, programa exibido em 07 de novembro de 2014.



informações, entrevistando todas as fontes e atualizando os fatos, embora não deixe de lado o tratamento irônico e zombeteiro com os criminosos.

### **Considerações finais:**

Por fim, com base em tudo o que aqui foi explicado, é possível concluir que o Balanço Geral ES pode ser definido como um telejornal que sintetiza um caráter popular quando tem como objetivo retratar o cotidiano do povo, estabelecendo uma relação de aproximação através de recursos de linguagem, imagens e sons. Procura-se desenvolver um processo de identificação dos telespectadores para com o programa com a finalidade de captar sua fidelidade, de garantir audiência nesse mercado de disputas que é o jornalismo.

Durante a análise das edições gravadas, verificamos que a atuação de Amaro Neto que é de extrema relevância na identificação das estratégias do programa. Seu desempenho (gestos, expressões faciais, entonação de voz) está inteiramente voltado ao apelo emocional. Pode-se afirmar que a expressão do tom no Balanço Geral ES concentra-se na figura de Amaro Neto.

O telespectador é classificado como um indivíduo que não tem voz no ponto de vista discursivo, a não ser no telejornal. Desse contexto, o Balanço Geral ES procura se beneficiar. Ao dar voz às comunidades, transmitir seus problemas do dia-a-dia, ao se colocar ao lado do povo, agindo como seu defensor, ou seja, na procura de representá-lo, o programa fortalece seu elo com a audiência. O fato de a maioria dos fatos ocorrerem em bairros populares da Grande Vitória e revelar as notícias que ali acontecem também contribui para a comunicação com o público.

Também foi possível verificar que o programa cumpre efetivamente o que pretendia cumprir no que diz respeito ao pacto sobre o papel do jornalismo. Mostra reportagens exclusivas e ao vivo que abordam prestação de serviços, denúncias e outros assuntos do cotidiano da comunidade.

Um aspecto negativo do programa é a elevada quantidade de reportagens que tratam de violência. Até no sábado, encontra-se mais matérias que abordam assaltos, homicídios, tráfico de drogas, etc. A violência é então, de certa forma, banalizada. Ninguém se surpreende mais em ver notícias desse gênero no programa. Além disso, muitos de seus sentidos preferenciais são carregados de preconceito.

O que visamos neste artigo foi analisar como o programa estabelece comunicação e aproximação com seu público, identificando quais estratégias que utiliza para isso e ao



mesmo tempo verificando de que modo busca e adquire credibilidade. O campo telejornalístico passa cada vez mais por transformações e o telejornalismo popular vem apresentando visível crescimento no campo. Sendo assim, o Balanço Geral merece ser melhor analisado.

### **Referências bibliográficas:**

- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- BALANÇO GERAL. Disponível em: <http://www.folhavitoria.com.br/tvvitoria/balancogeral/>
- BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.
- BORJA, Janira. “O grito da cidade: Balanço Geral, qualidade e modos de endereçamento”. *In*: GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011, p.223-242.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão** seguido de A influência do jornalismo e Os jogos olímpicos. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Les conditions d’une typologie des genres télévisuels d’information**. Réseaux, Paris: CNET, n.81, 1997.
- DUARTE, Elizabeth Bastos; CURVELLO, Vanessa. Telejornais: quem dá o tom?. *In*: GOMES, Itania Maria Mota. (org.). **Televisão e realidade**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 61-74.
- FISKE, J. **Television culture**. London: Routledge, 1987.
- FRANÇA, Vera. "O 'popular' na TV e a chave de leitura dos gêneros". *In*: GOMES, Itânia Maria Mota (Org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: Edufba, 2009, p. 223-239.
- GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre, Tchê, 1987.
- GOMES, Itânia Maria Mota. (Org.). “Metodologia de Análise de Telejornalismo”. *In*: GOMES, Itânia Maria Mota. (Org.). **Gêneros televisivos e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.



GUTMANN, Juliana Freire; SANTOS, Thiago Emanuel Ferreira dos; GOMES, Itania Maria Mota. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. *In*: GOMES, Itania Maria Mota. (Org.). **Televisão e Realidade**. Salvador: EDUFBA, 2011. p.75-90.

ROCHA, Simone Maria. “A análise cultural da televisão”. *In*: GOMES, Itânia Maria Mota; JANOTTI JÚNIOR., Jeder. (Orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.