

RJ Móvel e os limites da emoção no Jornalismo¹

Filipe Gonçalves Dowsley FERNANDES²

Ana Cristina da Conceição ARRUDA³

Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro. RJ

RESUMO

A emoção pode ser utilizada pelo Jornalismo de modo a melhorar a transmissão da informação. O objetivo deste trabalho é estudar como isso acontece. Utilizamos, como exemplo, o quadro RJ Móvel do telejornal RJTV. A partir da análise do quadro, coletamos dados e traçamos um paralelo com a história do Jornalismo, bem como de seus conceitos teóricos. Dessa forma, pretendemos descobrir novas estratégias de comunicação que facilitem a difusão de notícias.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo, emoção, RJ Móvel.

1 INTRODUÇÃO

Até o início do século XX, acreditou-se que razão e emoção são conceitos antagônicos, excludentes entre si, e que, ao se tomar uma decisão, um indivíduo deve priorizar a razão, evitando qualquer interferência da emoção, considerada nociva à razão. Porém, pensadores mais modernos defendem que a emoção não necessariamente se apresenta como um perigo à razão; pelo contrário, ambas são igualmente importantes para se tomar decisões corretas.

Esse antagonismo atinge também o jornalismo, que, tradicionalmente, é idealizado como um simples relato isento de emoção, no qual apenas a razão deve existir. Porém, em alguns casos, podemos verificar que o uso da emoção não apenas pode reforçar o fato, mas também é capaz de fazer com que o receptor da mensagem se importe em parar o que estiver fazendo para prestar atenção em determinada notícia.

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 - Jornalismo do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018.

² Estudante de Graduação do 8º semestre do Curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA), e-mail: fgoncalvesf@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo das Faculdades Integradas Hélio Alonso (FACHA), e-mail: ana_arruda@hotmail.com

Dessa forma a mensagem poderia ser melhor transmitida à medida que o repórter utiliza a emoção para reforçar a notícia.

É sabido que a prática jornalística é permeada por interesses econômicos e mercadológicos, e não há dúvidas que a emoção é frequentemente utilizada como um recurso de marketing para aumentar os índices de audiência. Segundo Bourdieu (1997), “o universo do jornalismo (...) está sob a pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência” (p. 77). Porém, correndo o risco de manter um olhar ingênuo sobre o objeto de estudo, esses interesses serão deixados em segundo plano, sendo abordados somente quando estritamente necessários, a fim de manter uma análise focada em um jornalismo idealizado que busque estratégias que transmitam as informações desejadas da forma mais eficaz possível. Dessa maneira, consideramos relevante a preocupação com índices de audiência, enquanto estratégia de aumentar a difusão de informação.

Tomaremos como foco do trabalho o quadro RJ Móvel do RJTV, telejornal local da TV Globo do Rio de Janeiro, de forma a mostrar como o quadro se utiliza de um discurso excessivamente cômico a fim de entreter o espectador, atraindo sua atenção para o programa, e, assim, mobilizar a opinião pública para pressionar os órgãos responsáveis a tomarem as medidas necessárias para a resolução dos problemas apontados pela reportagem.

Pretendemos levantar alguns questionamentos sobre como a emoção pode valorizar o jornalismo ao propiciar ao espectador um melhor entendimento da mensagem ou se sua utilização invariavelmente se torna um ruído de comunicação.

Acreditamos que as respostas para esses questionamentos demonstram que, se por um lado, o uso da emoção pelo telejornalismo pode ser uma forma de transmitir eficazmente uma informação, uma vez que pode proporcionar ao telespectador um olhar mais humano sobre o problema abordado; por outro, seu uso excessivo pode comprometer a reportagem ao fazer com que a informação fique em segundo plano. A questão é: até que ponto o entretenimento pode ser utilizado para despertar o interesse do espectador sem comprometer a informação ou ferir a dignidade humana?

Responder essas questões é de extrema relevância por permitir uma melhora nos processos de comunicação, de modo a aumentar o acesso da sociedade à informação. Nesse caso, a emoção pode não apenas provocar um interesse do espectador na notícia, como também facilitar o entendimento da mesma.

A produção desse artigo foi realizada por meio de pesquisa bibliográfica e análise das obras de diversos autores. Também foi realizada uma análise crítica do quadro RJ Móvel do telejornal RJTV e de entrevista concedida pela repórter do quadro ao programa De Cara, da Rádio FM O Dia, em 15 de julho de 2015.

2 AS FUNÇÕES DO JORNALISTA

Ao analisar a grade de jornalismo da Rede Globo, percebemos uma diversidade em seu estilo jornalístico, principalmente no que se refere aos jornais locais e aos jornais de rede. Enquanto os jornais de rede demonstram objetividade e imparcialidade, os jornais locais seguem uma linha mais informal e descontraída. Essa informalidade pode ser vista no quadro RJ Móvel, do telejornal RJTV 1ª edição, no qual a repórter Susana Napolini visita as ruas das cidades da Região Metropolitana do Rio de Janeiro para denunciar problemas estruturais, como buracos no asfalto, falta de pontes ou de saneamento básico, a fim de cobrar providências das autoridades. O destaque fica por conta da performance cômica e exagerada da jornalista, que foge do comportamento esperado de uma profissional da área, ao entrevistar cachorros, subir em árvores e fazer a “dança da chuva”.

É importante perceber que esses exageros ocorrem somente quando a repórter é a jornalista Susana Napolini. Quando, eventualmente, a apresentação do quadro fica por conta de outro repórter, percebemos uma atuação mais formalizada. Portanto, o exagero não está exatamente no quadro, mas em um repórter específico. Ainda assim, percebemos que o estilo da jornalista costuma se confundir com o estilo do quadro.

Teoricamente, a atuação da Susana Napolini desqualificaria o trabalho do jornalista, do qual espera-se uma postura de moderação, personificando os conceitos de objetividade e racionalidade. Porém, na prática, os trejeitos da repórter parecem dar

força para a denúncia. Como entender esse paradoxo causado pelo quadro, se é que ele existe? Para responder a essa questão, precisamos entender quais são as funções sociais e os ideais do jornalismo e como essa profissão evoluiu com o tempo.

2.1 PANORAMA HISTÓRICO DO JORNALISMO

O jornalismo começa, de acordo com Ferreira (2007), na Roma Antiga, onde encontramos o mais antigo registro de uma atividade que se assemelhe à prática, o Acta Diurna, que possuía a dupla função de divulgar informações sobre os eventos nas cidades do Império Romano e estabelecer um canal de comunicação entre a sociedade e o Estado; ainda que, nesse primeiro momento, essa comunicação fosse unidirecional, ou seja, apenas o Estado podia utilizar a mídia para transmitir informações à sociedade, que poderia apenas consumi-las.

As evoluções sociais e tecnológicas do século XV permitiram que a imprensa passasse por grandes mudanças que a tornaram mais democrática. Uma dessas mudanças mais significativas foi a invenção da prensa de Gutenberg, em 1477, que, de acordo com Ferreira (2007), “possibilitou o livre intercâmbio de ideias, disseminando o conhecimento” (p. 11).

A partir desse momento, o processo de reprodução de textos se torna muito mais rápido e simples, resultando no surgimento de novos veículos. O Estado perde o monopólio da informação, permitindo um melhor desenvolvimento social, conforme defende Ferreira (2007):

Sem a democratização dos meios de comunicação, é quase impossível participar efetivamente dos processos de discussão dos problemas sociais. Quanto maior a centralização dos meios de comunicação, maior a possibilidade de que a informação seja manipulada. (p. 40)

Com o surgimento de novos veículos de comunicação, a imprensa deixa de ser apenas porta-voz do Estado, e começa a agir em favor dos interesses da sociedade, garantindo uma comunicação mais recíproca entre o poder público e a sociedade. Com todas essas mudanças, os veículos de comunicação ganharam uma responsabilidade

social, se tornando responsáveis pela fiscalização do Estado, a fim de zelar pela manutenção dos direitos sociais.

No século XIX, o jornalismo começa a se desenvolver como atividade econômica. Segundo Ferreira (2007), percebe o potencial econômico dessa atividade, a burguesia passa a investir nos veículos de comunicação. O alto custo de manutenção da infraestrutura e a expectativa de lucro dos empresários leva a imprensa a começar a se preocupar com seus próprios ganhos financeiros. Dessa forma, a fim de encontrar uma fonte de renda capaz de sustentá-la, a imprensa se torna uma empresa que vende informação. De acordo com Ferreira (2007), esse cenário gera conflitos entre os interesses do leitor e os interesses econômicos das empresas de comunicação.

Segundo DeFleur e Ball-Rokeach (1989), os gastos da empresa jornalística são pagos por meio da venda de anúncios. Para conseguir anunciantes, é necessário que os jornais sejam consumidos por um grande público. A fim de conquistar consumidores, o jornal é produzido não apenas para informar, mas também para entreter.

O primeiro empresário a descobrir essa “fórmula de sucesso”, como defende DeFleur e Ball-Rokeach (1989), foi Benjamin H. Day, dono do New York Sun, que, a fim de atrair a atenção do leitor, “contratou um repórter que escrevia artigos em estilo humorístico atinentes a casos levados diariamente à polícia local” (p. 67-68). Essa estratégia não deixa de ser eficaz, uma vez que a imprensa cumpre o seu papel de ser difusora de informação, ao mesmo tempo em que entretém o leitor, o que leva a um maior consumo do jornal, conseguindo vender publicidade e, portanto, gerando lucro.

2.2 CONFLITOS DE INTERESSES NO JORNALISMO

Observamos que o jornalismo moderno atende a dois objetivos principais: o de informar e o de entreter; sendo que a função de informar é prioritária, uma vez que essa é sua finalidade original. Porém, em alguns casos, verificamos que a imprensa prioriza o entretenimento, em detrimento da informação, conforme demonstra DeFleur e Ball-Rokeach (1989), ao utilizar como exemplo o New York Sun, que: “inventou um

embuste complicado, referente a novas “descobertas científicas” acerca de vida na Lua” (p. 68).

Esse caso demonstra os conflitos de interesses sofridos pelo jornalismo com a liberdade de imprensa. Por um lado, a variedade de veículos de comunicação, acirra a disputa pela preferência do consumidor. Isso pode levar um veículo a abrir mão de seu compromisso com a realidade. Por outro lado, essa variedade garante que esse compromisso seja mantido, uma vez que uma informação falsa publicada em um veículo pode ser confrontada com a informação verdadeira dita pelo concorrente.

O intenso desenvolvimento tecnológico do século XX possibilitou o surgimento de novas mídias, como o rádio, a TV e a Internet. O jornalismo deixou de ser uma atividade exclusiva do papel, se adaptando rapidamente aos novos meios de comunicação. Ferreira (2007) mostra que, dessa forma, aumentaram os conflitos de interesses que comprometem o seu objetivo original de ser difusora de informação, uma vez que, aumentam as dificuldades para as empresas de comunicação se sustentarem.

Com a acirrada concorrência entre os meios e com os novos valores estabelecidos pela sociedade da informação, os jornais diários impressos vivenciam uma realidade muito parecida com a do final do século XIX: oferecer ao leitor os acontecimentos de relevância pública ou as notícias que visam chamar a atenção de públicos específicos, que divertem e mexem com a sensação das pessoas. (p. 55)

O RJ Móvel exemplifica bem essa realidade. Ele cumpre com o seu papel de informar ao denunciar os problemas estruturais de um determinado bairro. Nesse ponto, percebemos que há um rigor em transmitir todas as informações. A repórter sempre informa sobre o problema, de que bairro ele é, quando ele surgiu, quais são os órgãos responsáveis por solucioná-lo e o que eles têm a dizer. Por outro lado, o quadro também cumpre a função de entreter, através da postura irreverente da repórter. Além disso, ele exerce a mediação entre sociedade e Estado ao colocá-los frente a frente, de maneira que os moradores representam a sociedade e um porta-voz de algum órgão oficial – normalmente, o prefeito ou um secretário – representa o Estado. Dessa forma, o RJ Móvel zela pelos direitos da sociedade, ao cobrar a realização das obras.

De acordo com o próprio telejornal, até o dia 14 de agosto de 2017, quando o quadro completou dez anos, foram realizadas 1 972 visitas em 15 municípios, mas não foram notificadas quantas dessas visitas tiveram um desfecho positivo com o cumprimento das obras. Uma análise das visitas realizadas entre os dias 10 de agosto de 2017 e 3 de novembro de 2017 revela que 36 locais foram visitados, dos quais apenas 8 tiveram as obras concluídas (aproximadamente, 22,2%). Apesar de baixa, a taxa de sucesso provavelmente seria menor, caso não houvesse a denúncia por parte da mídia. Dessa maneira, percebemos a relevância do quadro, uma vez que apresenta forte compromisso social. A dúvida, então, é se o estilo cômico do RJ Móvel é a melhor maneira de fazer a denúncia ou se o quadro alcançaria melhores resultados se fosse apresentado com um formato mais tradicional.

3 A EMOÇÃO NO JORNALISMO

O responsável por inserir o entretenimento no jornalismo foi o sensacionalismo. Ferreira (2007) define esse gênero jornalístico como aquele em que “o significado dos acontecimentos é preterido em favor do interesse pelo escandaloso, insólito e fortemente emotivo” (p. 51).

3.1 MATRIZES HISTÓRICAS DO SENSACIONALISMO

Ao fazer um estudo antropológico do sensacionalismo, Enne (2007) analisa diversos estilos literários que serviram como matrizes culturais para o sensacionalismo, tais como: a pornografia, o melodrama, o folhetim, entre outros. Ao analisar cada um deles, ela observa que eles questionavam a cultura oficial da época (séculos XIX e XX). Sobre o melodrama, por exemplo, Enne (2007) destaca os pontos que a levaram a pensá-lo como antecessor do sensacionalismo: “A marca do excesso (...); a estrutura maniqueísta (...), marcada por sensações de medo, de ternura e de ira, entremeadas pelo risível, encenado pela figura do bobo, elemento-chave para a quebra da tensão” (p. 6-7).

Tais características podem ser observadas no RJ Móvel. Por exemplo, a construção narrativa das matérias apresenta paralelos com o maniqueísmo, onde a população ocupa o lugar do Bem e os órgãos públicos, o lugar do Mal. A história chega ao fim quando o Mal alcança a sua redenção ao terminar as obras prometidas.

As semelhanças entre o quadro e o melodrama ficam ainda mais nítidas se comparamos as personagens das reportagens com os quatro arquétipos do melodrama, que são, de acordo com Matheus (2005): “o 'Traidor', que encarnava o Mal e, por conseguinte, o medo, o 'Justiceiro', responsável pela proteção da vítima e pelas cenas excitantes, a 'Vítima' geralmente uma mulher, representante da dor, e o 'Bobo', responsável pelas críticas e pelo riso” (p. 7).

Em um paralelo com o RJ Móvel, no papel do “Traidor” estaria o poder público que não cumpre suas obrigações com o povo, que representa a “Vítima” que sofre com o abandono do Estado. É difícil, porém, identificar quem representa a figura do “Justiceiro”, uma vez que não há um consenso entre as próprias personagens das matérias. Se por um lado, a Rede Globo se esforça para colocar os moradores no papel do “Justiceiro” – por terem realizado a denúncia – por outro lado, o povo insiste que a própria Rede Globo é quem exerce esse papel – por terem cobrado uma resolução dos problemas aos devidos órgãos.

Essa dificuldade pode ser observada na entrevista que Susana Napolini concedeu ao programa De Cara, da rádio FM O Dia, no dia 15 de julho de 2015. Nessa entrevista, ela conta que, certa vez, foi recebida por um morador que clamava por ajuda: “Susana, que bom que vocês chegaram, Susana! São oito da manhã. Hoje eu acordei às seis e até agora eu não consegui lavar o rosto, escovar os meus dentes porque eu não tenho água. Susana, me salva, pelo amor de Deus!”. Posteriormente, ela declara ao responder a um ouvinte que havia telefonado para a rádio: “Não me canso de dizer e digo de coração: o mérito de conseguir as obras é de vocês, é dos moradores que chamam a gente, que brigam e que não desistem”.

Por fim, a figura do “Bobo” é representada pelo próprio repórter do quadro que gera não apenas o riso – através da sua postura nada convencional –, como também critica o poder público.

Podemos perceber também a influência da pornografia sobre o jornalismo, quando confronta as estruturas de poder, satirizando-as. “A pornografia (...) irá rebaixar (...) o corpo político, que será exposto à crítica e ao ridículo” (HUNT apud ENNE, 2007, p. 4). Dessa forma, essa ridicularização do corpo político serve como uma estratégia do repórter desestabilizar o porta-voz oficial, que chega ao local da gravação já orientado pela assessoria sobre como deve agir e o que deve ou não falar; enfim, o assessor o prepara para tudo, menos para o que fazer quando o repórter o convida ao vivo para dançar uma ciranda com os moradores.

3.2 O JORNALISMO DE INFOTENIMENTO⁴

Há, porém, uma diferença, em como o entretenimento era utilizado pelo jornalismo do século XIX e o jornalismo atual. De acordo com Dejavitte (2007), o primeiro fazia uma distinção entre as matérias de informação e as de entretenimento, chamadas por Ferreira (2007), de matérias sérias e não-sérias, respectivamente.

O conteúdo sério seria aquela matéria que aprofunda, investiga, critica e transmite informações novas, tendo por finalidade o ponto de reflexão. O conteúdo não-sério é aquele que apenas diverte, que é bem-humorado, que atrai o leitor por tratar de assuntos mais amenos e leves. (p. 56-57)

Com o tempo, essa distinção foi ficando menos nítida, de forma que as matérias de informação também entretinham e vice-versa. Ferreira (2007) considera que essa distinção entre as matérias não é mais possível atualmente.

Quando um editorial hierarquiza e reduz certos conteúdos como entretenimento, dissipando as suas possibilidades críticas ao rotulá-lo como “não-importantes”, certamente está minimizando os aspectos políticos, sociais, culturais e psicológicos do divertimento. (p. 57)

O próprio RJ Móvel desafia essa distinção, porque consegue se enquadrar nas duas categorias. Enquanto denuncia os problemas da cidade e critica o descaso do poder

⁴ De acordo com Dejavitte (2007), o termo surgiu na década de 1980, mas se popularizou ao final da década de 1990. O termo é uma fusão das palavras informação e entretenimento.

público, o quadro é considerado sério. Quando a repórter se apresenta de forma cômica, o quadro se torna não-sério.

É dessa maneira que surge o jornalismo de infotenimento. De acordo com Dejavite (2007), o infotenimento “é o espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano” (p. 2). Ferreira (2007) acredita que o infotenimento surgiu de uma necessidade dos consumidores dos jornais, que costumam ser consumidos “no tempo destinado ao lazer e à diversão, que é cada vez mais curto” (p. 56). Percebemos, portanto, que uma matéria que entretenha, não necessariamente perde a seriedade e a credibilidade ao fazê-lo. De acordo com Ferreira (2007):

Quando uma caricatura no jornal satiriza um tema que está na manchete da primeira página emprestando-lhe uma nova leitura, através dos dados acrescidos do ponto de vista do chargista, temos um bom exemplo disso. No caso exemplificado, aquilo que se denominou conteúdo sério foi apresentado com uma reportagem não-séria, comum às charges. (p. 57)

Dessa forma, o RJ Móvel se posiciona como uma manifestação do jornalismo do infotenimento, se aproximando da estrutura da charge: um conteúdo sério que – por meio da apresentação caricata da repórter – se apresenta com um formato não-sério.

4 EMOÇÃO NO JORNALISMO INFORMATIVO

Paralelamente ao sensacionalismo, desenvolveu-se o jornalismo informativo, norteado pelos conceitos de objetividade e imparcialidade, que orientam o jornalista a eliminar de suas reportagens qualquer vestígio de emoção ou de opinião, se atendo unicamente aos fatos. Guerra (2003) lista três razões que levaram o jornalismo a adotar esse paradigma:

A primeira (...) é econômica, com um viés político. Com o objetivo de aumentar o número de leitores, os jornais se vêem na necessidade de romper os laços partidários que os dominavam e que os prendiam a uma audiência restrita, afinada com os grupos políticos que os financiavam. (p. 7)

A segunda razão (...) é que havia uma massa de potenciais leitores a demandar um produto voltado aos fatos, e que garantia assim o crescimento e fortalecimento desse negócio. (p. 8)

A terceira razão (...) trata-se da crescente influência dos primados Iluministas nas diferentes esferas da vida social moderna, sobretudo na ciência e na política. (p. 10)

O Iluminismo pregava que o homem só poderia compreender a realidade através da razão, considerando a emoção como uma ameaça à razão. Esse pensamento iluminista exerce grande influência na prática do Jornalismo, conforme aponta Hagen (2009), que aponta que, tradicionalmente, “a emocionalidade é percebida como um estado desviante, só permitida, abertamente no jornalismo sensacionalista” (p. 2).

Porém, segundo Goleman (1995), razão e emoção são maneiras distintas do cérebro agir, embora mantenham uma certa conexão. Ele defende que a construção de um pensamento coerente só é possível apenas quando razão e emoção operam juntas.

Há um equilíbrio entre as mentes emocional e racional, com a emoção alimentando e informando as operações da mente racional, e a mente racional refinando e às vezes vetando o insumo das emoções. Mas são faculdades semi-independentes, cada uma, como veremos, refletindo o funcionamento de circuitos distintos, mas interligados, no cérebro. (p. 23)

Hagen (2009) também considera que as emoções não devem mais ser consideradas uma ameaça à razão, pelo contrário: “hoje se sabe que a razão precisa da emoção para funcionar corretamente: é o estado de emocionalidade que permite fazer uma entre muitas escolhas possíveis em situações determinadas.” (p. 2) Dessa forma, a emoção não precisa ser utilizada pelo jornalismo apenas com fins comerciais ou para entreter os consumidores dos jornais, pelo contrário, ela também pode ser um recurso que possibilite ao leitor um melhor entendimento dos fatos.

Mesmo assim, o jornalismo ainda considera a emoção como uma ameaça à sua credibilidade. Porém, Hagen (2009) demonstra que até mesmo nos veículos mais conceituados, como o Jornal Nacional, pode-se observar a presença do entretenimento. Segundo o autor, o casamento de William Bonner e Fátima Bernardes, apresentadores do telejornal, influenciava a recepção da informação pelo telespectador, ressignificando

o telejornal. Percebemos, portanto, que é impossível excluir totalmente a influência da emoção no processo de comunicação.

4.1 VANTAGENS E DESVANTAGENS DA EMOÇÃO NO JORNALISMO

Para Moretzsohn (2013), o jornalismo deve sempre buscar seguir o conceito de objetividade, porém sem se limitar a ele. De acordo com ela, a emoção pode ser utilizada com duas finalidades. Primeiro, como uma forma de estabelecer um vínculo afetivo com o espectador, de forma a ajudá-lo a se colocar na condição da pessoa que sofre. Ao fazer uso da emoção, a reportagem traz um olhar humano à notícia, possibilitando uma melhor compreensão dos fatos.

Porém, é preciso destacar que, enquanto Moretzsohn (2013) analisa a emoção na cobertura do incêndio da Boate Kiss, no Rio Grande do Sul; aqui estudamos seu uso no RJ Móvel. No primeiro caso, a emoção parece ser espontânea, uma vez que o choro dos familiares das vítimas e a voz embargada do repórter condiz com a matéria de forma a ajudar o espectador a entender a real dimensão da tragédia.

Já no RJ Móvel, observamos que há o predomínio de duas emoções: a revolta dos moradores e o humor da repórter. A primeira é inserida de forma natural na reportagem, uma vez que já é esperado que os moradores estejam revoltados, ao contrário do humor da repórter, que não apresenta relação direta com a notícia, sendo uma maneira da repórter expressar sarcasmo ao descaso do poder público.

A segunda finalidade apresentada por Moretzsohn (2013) atrair a atenção do espectador para uma notícia que, inicialmente, não seja de seu interesse. “É através delas que se pode capturar a atenção de quem anda distraído, entretido com seus afazeres cotidianos.” (p. 17). Hagen (2009) compartilha do mesmo pensamento.

Precisa estabelecer uma interação que o torne essencial naquele momento temporal, com uma identificação capaz de fazer o público permanecer atento durante toda a transmissão. Tarefa difícil frente a interrupção dos intervalos e as exigências domésticas; ou pelas notícias consideradas sem interesse pelo telespectador agindo como fortes tentações para abandonar o telejornal – por exemplo, quem quer apenas saber sobre o mega-engarrafamento do trânsito pode não ter paciência para ver notícias da política internacional. (p. 33)

Um dos motivos pelos quais os problemas apresentados no RJ Móvel podem não despertar o interesse do espectador são os problemas que há anos vem sendo denunciados. No dia 14 de agosto de 2017, por exemplo, o quadro voltou a Belford Roxo para denunciar um problema que já havia sido mostrado 19 vezes, desde 2013. Nesses casos, se a busca do jornalista é pelo excepcional, como afirma Bourdieu (1997), como noticiar um fato que já foi denunciado diversas outras vezes, sem trazer nenhuma informação nova? A solução é utilizar a apresentação inusitada da repórter como a novidade da matéria. Porém, isso resulta em um problema, uma vez que a notícia deixa de ser os problemas sociais para se tornar a performance da repórter. Percebemos, portanto, um esvaziamento da informação.

A emoção pode ainda exercer uma terceira finalidade: ajudar ao espectador a memorizar a informação. Arbex Junior (2002) defende que as imagens impactantes do telejornal facilitam a fixação da notícia na memória do espectador. “O que importa, nos atuais programas de telejornalismo, é o impacto da imagem (...). O que se fixa, na memória do telespectador, são flashes”. (p. 52-53). Dessa forma, os problemas apresentados pelo RJ Móvel ganham impacto quando suas imagens são mostradas ao lado das expressões de indignação dos moradores. Nesse sentido, Bourdieu (1997) observa como “a televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade e o caráter dramático, trágico” (p. 25).

Porém, o RJ Móvel corre o risco de produzir um efeito contrário ao exhibir a postura exagerada da Susana Napolini que pode se fixar na memória do telespectador muito mais facilmente que o real interesse do quadro. Quem não sofre com os problemas apresentados está sujeito a se esquecer deles mais facilmente, enquanto será difícil se esquecer das vezes em que a repórter entrevistou cachorros ou fez a dança da chuva. Mais uma vez, observa-se o esvaziamento da informação.

Dessa forma, percebemos o dilema sofrido pelo quadro. Ao tratar a notícia como show, o RJ Móvel conquista a atenção do espectador, porém se expõe ao risco de deixar a notícia em segundo plano, ou até mesmo chegar ao ponto em que ela seja totalmente

ignorada pela audiência. Nesse caso, a emoção se transforma em um ruído de comunicação ao se tornar mais relevante que o fato.

É preciso, portanto, estabelecer um limite para a utilização do entretenimento e da emoção pelo RJ Móvel, de modo que eles não repercutam mais que a informação, mas sejam uma maneira de facilitar a sua assimilação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De um modo geral, entendemos que a emoção pode ser utilizada pelo Jornalismo como forma de conquistar a atenção do espectador e melhorar a sua compreensão dos fatos noticiados. Há, porém, a necessidade de, ao utilizar a emoção, fazê-lo de forma equilibrada, de modo que ela dê destaque à informação, sem deixá-la em segundo plano.

Após analisar o RJ Móvel, compreendemos que o quadro possui esse objetivo de encontrar a melhor forma de transmitir as informações, tentando não deixá-las em segundo plano. Percebemos ainda que o estilo do quadro visa atender às demandas de uma sociedade que consome televisão em busca de entretenimento. Isso reflete um dilema do Jornalismo: noticiar de maneira “séria” não gera a audiência necessária para o telejornal se sustentar e, portanto, as informações não chegarão às pessoas; por outro lado, o entretenimento conquista a audiência desejada, mas pode esvaziar a informação, que, dessa forma, também não chegará à sociedade.

É preciso, portanto, analisar se a imprensa exagera na emoção ou se a sociedade é quem a demanda excessivamente, ou ainda se existe um ciclo vicioso: a sociedade exige entretenimento em excesso e a imprensa, ao fornecê-lo à sociedade, aumenta o seu desejo por entretenimento. Se isso ocorre, como a imprensa pode quebrar esse ciclo, sem perder audiência? Deixamos essa dúvida para ser estudada em uma outra ocasião.

Outra dúvida que também pode ser melhor estudada é se o formato do quadro consegue, de fato, promover melhorias na estrutura urbana ou alcançaria melhores resultados caso fosse apresentado de uma forma mais tradicional.

Observamos que o quadro consegue alcançar seus objetivos de informar e promover um acesso da sociedade aos seus direitos. Logo, a questão não é se a emoção

ajuda ou atrapalha no processo de comunicação do RJ Móvel – já percebemos que ajuda. Precisamos, portanto, observar o que ainda pode melhorar nesse processo.

REFERÊNCIAS

ARBEX JUNIOR, José. **Showrnlismo**: a notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2001

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

DE FLEUR, Melvin Lawrence.; BALL-ROKEACH, Sandra; VELHO, Octavio Alves (Trad.). **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1989

DEJAVITE, Fabia Angélica. **A notícia light e o jornalismo de infotainment**. In: XXX Intercom, Santos, SP, 2007

ENNE, Ana Lucia. **O sensacionalismo como processo cultural**. In: Eco-Pós Ano 10 – número 2 – 2o semestre de 2007.

FERREIRA, Luciana. **História do jornalismo**. Rio de Janeiro: CCAA, 2007.

GLOBOPLAY. **RJTV 1a Edição**, Globoplay, 14 ago. 2017. Disponível em <<https://globoplay.globo.com/rjtv-1a-edicao/p/820/>>. Acesso em: 27 out. 17.

GOLEMAN, Daniel. **Inteligência Emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O nascimento do jornalismo moderno** – uma discussão sobre as competências profissionais, a função e os usos da informação jornalística. In: XXVI Intercom, Belo Horizonte, MG, 2003.

HAGEN, Sean. **A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal** – um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional. 2009. 190 f. Tese (doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.

MATHEUS, Letícia Cantarela. **O medo e a cidade imaginária na reportagem policial do Globo**. In: XXVIII Intercom, Rio de Janeiro, RJ, 2005.

MORETZSOHN, Sylvia Debossan. **Noticiar a dor**: possibilidades e dificuldades do jornalismo na tragédia de Santa Maria. In: Compós Ano 22 – junho de 2013.

RÁDIO FM O DIA. **FM O Dia De Cara com Susana Napolini**. Youtube, 15 jul. 2015. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=otOIZQ3gbkc>>. Acesso em: 20 set. 17.