



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

**MARLA DE MIRANDA E BARATA**

**MODO DE ENDEREÇAMENTO DO  
TELEJORNALISMO COMUNITÁRIO NO BAHIA MEIO DIA**

**Salvador  
2006**

**MARLA DE MIRANDA E BARATA**

**MODO DE ENDEREÇAMENTO DO  
TELEJORNALISMO COMUNITÁRIO NO BAHIA MEIO DIA**

*Trabalho de Conclusão de Curso para obtenção do  
grau de bacharel em Comunicação com  
habilitação em Jornalismo pela Faculdade de  
Comunicação da Universidade Federal da Bahia.*

*Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Itania Maria Mota Gomes*

**Salvador  
2006**

## AGRADEÇO...

“A todos que, se não puderam ajudar, atrapalharam, pois o importante é participar”

(RAFLE, 2006)

A Família linda, por tudo. Em especial, a vó Vanda, pela inspiração para minhas primeiras linhas; a Mamis, pela paciência especial nas TPMonográficas e pela consultoria acadêmica 24hs no ar; ao Papis, pela disposição, mesmo quando contrariado; Léo, por ser chato, e por ser legal, e por deixar eu usar o PC (quase) sempre sem ter q dar “piti” e a Nandoca-pipoca – minha princesinha companheira e seu fiel escudeiro Bono, pelas madrugadas;

A Itânia, pelo acolhimento e orientação;

Ao Grupo de Pesquisa de Telejornais, pelo acolhimento;

Jai, pelo apoio, ajuda, suporte, socorro, incentivo e, sobretudo, pela amizade;

Danilo, pelas conversas monográficas e pelos chocolates nas tardes de terça (porque nessas eu estava lá);

A Camm, por estar ao meu lado em mais esse passo da caminhada (e nos muitos e não menos difíceis outros);

A Vi, por me “aturar 5 meses falando disso o tempo todo” e pelo suporte ‘áudio-visual’;

A Lu(s) uma pela presença, outra pela presença mesmo em ausência;

A Rafa, pela companhia bigráfica de muitas horas e palavras de estímulo;

A meu Anjinho, pelas piores linhas, pelas melhores linhas, e por fazer da minha mono “tons-de-cinza” virar RGB e CMYK;

A meus queridos amigos, em especial à turminha do Isba, que voltou na hora que eu mais precisava para dividir minha ansiedade e dar muitas risadas;

A todos que insistiram, mesmo sem sucesso, em pedir pra eu me ‘dar uma folga’, e principalmente aqueles que conseguiram;

A Todos os demais que contribuíram direta ou indiretamente para a realização deste trabalho, e que por falta-de-memória-pós-monográfica eu não pus aqui.

## RESUMO

Esta monografia tem como objetivo analisar os modos de endereçamento de um telejornal local, a partir da proposta metodológica desenvolvida pelo Grupo de Análise de Telejornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, coordenado pela Prof. Dra. Itania Maria Mota Gomes. O programa selecionado como objeto da análise, *Bahia Meio Dia*, da TV Bahia, tem a maior audiência em seu horário – de segunda à sábado, às 12:00 – e adota o formato de ‘*jornalismo popular*’ instituído pela Rede Globo para suas emissoras afiliadas. A partir dos operadores utilizados, analisamos como os elementos de seu endereçamento apontam para uma forma particular de se relacionar com a audiência, através de uma proposta de aproximação com a comunidade limitada pelos padrões da emissora, e relata o que parece ficar deslocado dentro de seu conteúdo.

**Palavras-chave:** telejornalismo, modo de endereçamento, jornalismo popular, jornalismo comunitário, Bahia Meio Dia.

## LISTA DE FIGURAS

Figuras 1 a 6: Vinheta de abertura	35
Figura 7: Plano Geral	37
Figura 8: Apresentação do <i>Bastidores</i>	37
Figura 9: Casemiro Neto	37
Figura 10: Patrícia Nobre	37
Figuras 11 a 14: Matéria de cobertura da “Campanha Internacional sobre doença de Parkinson	45
Figuras 15 a 17: Matéria de cobertura da “Campanha Internacional sobre doença de Parkinson	46
Figura 18: Entrevista ao vivo com a Banda Adão Negro	51
Figura 19: Conversa descontraída durante entrevista – Casemiro aponta para Patrícia Nobre	52
Figura 20: Conversa descontraída durante entrevista – Casemiro ri, em deboche	52
Figura 21: Chamada pra quadro ao vivo	54
Figura 22: Patrícia Nobre apresenta <i>Procuro Trabalho</i>	54
Figura 23: Vinheta Quadro <i>Desaparecidos</i>	57
Figura 24: Casemiro entrevista mãe de desaparecido	57
Figura 25: Foto do desaparecido e depoimento da mãe	57
Figura 26: Apelo de parente comovida em close	57
Figuras 27 a 32: Planos de câmera nas entrevistas	61

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	8
<b>2. O PADRÃO REDE GLOBO E O BAHIA MEIO DIA</b>	11
2.1 – <i>O Padrão Globo de Telejornalismo</i>	11
2.2 – <i>Sobre o Bahia Meio Dia</i>	12
<b>3. JORNALISMO CÍVICO E O <i>TELEJORNALISMO POPULAR</i> DA REDE GLOBO</b>	15
<b>4. MODO DE ENDEREÇAMENTO E PROPOSTA METODOLÓGICA</b>	22
4.1 – O conceito de Modo de Endereçamento	22
4.2 – Os Operadores de Análise	25
4.2.1 – Pacto sobre qual o papel do jornalismo	26
4.2.2 – Mediador	28
4.2.3 – Temática, Organização das Editorias e Proximidade com a Audiência	29
4.2.4 – Contexto Comunicativo	29
4.2.5 – Texto Verbal	30
4.2.6 – Recursos Técnicos a Serviço do Jornalismo	31
4.2.7 – Recursos da Linguagem Televisiva	31
4.2.8 – Formato de Apresentação da Notícia	32
4.2.9 – Relação com as Fontes de Informação	33
<b>5. ANÁLISE DO MODO DE ENDEREÇAMENTO DO <i>BAHIA MEIO DIA</i></b>	35
<b>6. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	67
<b>7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	73
<b>8. GLOSSÁRIO</b>	76

## 1. INTRODUÇÃO

A primeira motivação que deu origem a este trabalho surgiu a partir da análise do “Balanço Geral”<sup>1</sup> como avaliação parcial da disciplina de Comunicação e Cultura Contemporânea<sup>2</sup>. A escolha de um objeto que, à primeira vista, parecia grosseiro e de mau gosto, mas que ao olhar analítico – sob a fundamentação dos teóricos de recepção televisiva – se mostrou um programa bem estruturado dentro de sua proposta<sup>3</sup>, despertou um interesse particular pela pesquisa de análise de programas telejornalísticos. A possibilidade de realizar o Trabalho de Conclusão de Curso a partir da proposta metodológica para analisar o modo de endereçamento de telejornais, desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo<sup>4</sup>, levou ao desejo de lançar um olhar sobre a televisão e sobre quem fala e analisa o que se vê na televisão.

O primeiro passo para melhor compreender o trabalho realizado pelo Grupo consistiu numa revisão da literatura que serviu de base para o desenvolvimento da proposta metodológica adotada. Num segundo momento, a leitura das dissertações e monografias elaboradas pelos seus integrantes através da proposta em questão foi essencial para perceber como estruturar a análise de um programa televisivo específico, a partir dos operadores de modo de endereçamento.

A aproximação com a linha de pesquisa que guiaria este trabalho não apenas possibilitou a escolha de um objeto de análise que melhor se adequasse aos pressupostos da proposta metodológica, como facilitou a sua aplicação. Contudo, este não foi o único critério para a escolha do telejornal. O fator determinante residiu na constatação da escassez de análises do gênero e conseqüente necessidade de trabalhos acadêmicos da área que pudessem

---

<sup>1</sup> Programa da TV Itapoan afiliada da Rede Record no Estado da Bahia, apresentado ao meio dia por Raimundo Varela.

<sup>2</sup> Disciplina obrigatória na grade do curso de jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia

<sup>3</sup> Borja (2005), membro do Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo da mesma faculdade, argumenta sobre a qualidade a partir da configuração dos elementos de endereçamento do “Balanço Geral”, principalmente quando comparado ao “Jogo Aberto” outro programa local de proposta semelhante.

<sup>4</sup> O Grupo faz parte da linha de Pesquisa de Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Mediática, do Programa de Pós Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, sendo coordenado pela professora doutora Itania Maria Mota Gomes, orientadora do presente trabalho.

contribuir com a melhoria da qualidade da programação telejornalística local a partir da crítica televisiva. A escolha do *Bahia Meio Dia* como objeto da análise está justificada por ser este o programa de maior audiência do horário, veiculado pela emissora afiliada da Rede de televisão de maior audiência nacional.

Apesar de um hábito irregular de audiência nos últimos 2 anos, que se tornou contínuo a partir da escolha do *Bahia Meio Dia* como objeto, a amostra selecionada para a análise compreende os programas veiculados de 3 a 15 de abril de 2006. Destes selecionamos 6 edições, sendo uma de cada dia de semana, como amostra gravada no *dvd* em anexo para possível observação.

Este estudo inicia-se com uma delimitação do que pode ser compreendido como o Padrão Globo de Telejornalismo, caracterização de fundamental importância para compreender os limites dentro dos quais a proposta do *Bahia Meio Dia* é realizada. A seguir, a contextualização do programa começa a nos dar pistas que ajudam a compreender a proposta a ser analisada a partir do seu modo de seu endereçamento.

O ponto seguinte de nossa discussão contextualiza o modelo de ‘telejornalismo popular’ – adotado pela Rede Globo para os jornais locais das emissoras afiliada – a partir das origens e do desenvolvimento do jornalismo cidadão ou jornalismo cívico. Neste momento, é possível perceber que ao longo do percurso deste trabalho, nosso maior esforço foi tentar compreender, através da proposta metodológica adotada, como se configura o jornalismo cívico próprio do estilo do *Bahia Meio Dia* dentro do jornalismo popular da Rede. O próximo item compreende uma breve exposição dos principais conceitos de modo de endereçamento encontrados na revisão de literatura e uma descrição dos operadores de análise da proposta metodológica com base nos trabalhos desenvolvidos pelo Grupo.

O quinto item apresenta a análise do modo de endereçamento do *Bahia Meio Dia* com base na observação dos programas no período de fevereiro a junho de 2006 através dos operadores desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornais.



O capítulo de considerações finais apresenta as conclusões acerca do modo de endereçamento do programa a partir dos elementos mais relevantes de cada operador. Neste momento, busca-se destacar a importância de cada um deles para compreender seu estilo como um telejornal que adota uma proposta de *jornalismo comunitário*, negociando seus limites com o formato de *telejornalismo popular* e inserido no *Padrão de Telejornalismo da Rede Globo*. Tecemos ainda comentários sobre a validade e limites da proposta metodológica para a presente análise, e sobre as limitações na amostra do nosso próprio trabalho.

## **2. O PADRÃO REDE GLOBO E O BAHIA MEIO DIA**

### **2.1 – O Padrão Globo de Telejornalismo**

Em setembro de 1969 é inaugurado telejornal que Gomes *et al.* (2005) define como “o conjunto mais bem acabado de marcas que caracterizam um telejornal no Brasil”. Apesar das transições ocorridas ao longo dos seus 37 anos<sup>5</sup>, o Jornal Nacional se configura através dos tempos como o que os brasileiros, de um modo geral, concebem como ‘telejornal’, e carrega em si muitos dos traços que pretendemos identificar com o que chamamos aqui de *Padrão Globo de Telejornalismo*. O que nos interessa aqui particularmente são os traços que podemos identificar – a partir da leitura de análises do Jornal Nacional – que ajudam a garantir estratégias da política editorial da Globo.

Em análise do modo de endereçamento do Jornal Nacional, Gomes *et al.* o caracteriza como um programa marcado pelo conservadorismo, maniqueísmo, nacionalismo e civismo, traços que parecem fazer parte da política editorial de toda a Rede. Segundo a autora, o Jornal Nacional funciona para alimentar a conversação cotidiana a partir da apresentação de um resumo das principais notícias do dia. A credibilidade é fundada na valorização da identidade nacional a partir da proximidade com os fatos em narrativas construídas através da exploração do sentimento nacional, de tipos genuínos e da diversidade regional. No telejornalismo regional, o mesmo modelo é utilizado num formato que se adapta a sua abrangência geográfica: a valorização do nacionalismo se converte em regionalismo e os “tipos genuínos” são menos diversificados.

A humanização do relato coloca o indivíduo comum em suas narrativas a partir de posições sociais, onde a “identificação como sujeito individual dotado de uma história particular não importa tanto. No Jornal Nacional ele é apresentado como um sujeito simbólico: Seu João, Dona Maria, um brasileiro.” A

---

<sup>5</sup>Porto (2002), em análise do Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira, aponta esta mudança como um marco no reposicionamento do telejornal que podemos ver hoje, no sentido de apresentar uma cobertura menos baseada nas fontes governamentais e disputar melhor o espaço com o TJ Brasil, do SBT, que apostava em um papel mais ativo do apresentador baseado no modelo americano apresentador-âncora.

referencialidade é construída a partir da reportagem *in loco* e a imparcialidade pelo tom impessoal buscado pelo uso da terceira pessoa, através de um maniqueísmo que mostra “os dois lados” da notícia, “quem exerce e quem sofre a ação” e do fato dos apresentadores não emitirem opiniões de forma explícita, ficando os especialistas a cargo de embutirem “suas” opiniões, sustentadas por estratégias didáticas, como números, dados estatísticos e porcentagens em quadros gráficos. Esta construção ajuda a preservar o tom de neutralidade dos telejornais da emissora, cujo viés interpretativo e opinativo pode ser percebido pela observação destes elementos. O poderio técnico também é uma marca presente no Jornal Nacional, visível pelo uso de correspondentes internacionais – no caso dos jornais locais, intermunicipais – e na valorização de entradas ao vivo, que também acentua a premissa de atualidade.

Acreditamos que todos os elementos ressaltados aqui constituem esse *Padrão Globo de Telejornalismo*, mesmo que possamos vê-lo de uma forma adaptada às propostas particulares de cada programa apresentado pela emissora e suas afiliadas. Partimos agora para uma análise do formato que, baseado nas mesmas premissas procura assegurar o reconhecimento do *Bahia Meio Dia* como um telejornal, mas que o permite caracterizar sua proposta particular.

## **2.2 – Sobre o *Bahia Meio Dia***

O *Bahia Meio Dia* (*BMD*) é veiculado de segunda a sábado, ao meio dia. Apresentado por Casemiro Neto e Patrícia Nobre, e com a presença de Wanda Chase apresentando um quadro especial às sextas-feiras, reúne conteúdos elaborados por profissionais que integram a TV Bahia, na capital, e mais cinco emissoras do interior do estado. O telejornal de meio dia da Rede Bahia está no ar desde 1985, mas foi em 1999 que ele ganhou o nome e o formato que hoje conhecemos. A primeira versão, chamada *BATV Primeira Edição* ia ao ar por apenas 12 minutos, num formato semelhante ao do atual *BATV*, veiculado às 19 horas. A partir de 1999 a Rede Globo passa a adotar o modelo chamado de

*telejornalismo comunitário*, e as afiliadas ganham um espaço maior para veicular os programas desta faixa de horário. Os atuais 36 minutos de programa permitiriam ao telejornal incorporar novos quadros e realizar entrevistas ao vivo, em estúdio, assumindo o formato que tem hoje.

As mudanças realizadas a partir de 1999 possibilitaram ao jornal do meio dia da Rede Bahia incorporar a prestação de informações e serviços de utilidade pública ao veicular muitas matérias e notas informativas “para os cidadãos”, e ao aprofundar as informações “úteis” para seus telespectadores nas entrevistas ao vivo no estúdio. O maior tempo permitiu a adoção deste estilo que pretende ir além do factual: retratando problemas em bairros e estradas, dando espaço, em suas narrativas, aos personagens reais que encarnam o dia a dia da comunidade, e ainda, em quadros especiais do programa, dando visibilidade a quem busca trabalho ou procura uma pessoa desaparecida, dando voz, ao vivo, à população, mesmo que enquadrada nos formatos pré-estabelecidos.

Atualmente o *Bahia Meio Dia* é líder de audiência do horário<sup>6</sup> com 25 pontos, 13 à frente do segundo colocado<sup>7</sup>, fato que é lembrado, diariamente no fechamento da escalada do programa: “Esses e outros assuntos agora no *BMD*, telejornalismo em cima dos fatos, liderança total de audiência” (Casemiro Neto, *BMD* de 03 de abril de 2006). Este “lembrete” é uma das formas que o telejornal tem de firmar sua pretensão de factualidade e de referencialidade – “telejornalismo em cima dos fatos”.

O telejornal é apresentado em quatro blocos e veiculado integralmente para 256 dos 417 municípios baianos. Nas cidades onde existem as afiliadas regionais – Feira de Santana, Vitória da Conquista, Barreiras, Itabuna e Juazeiro – e municípios cobertos pelos respectivos sinais veiculam-se os dois primeiros blocos do programa, sendo o resto do tempo reservado aos telejornais de produção local. A divisão pode ser percebida pelo encadeamento da apresentação do programa: as notícias de maior repercussão no estado são dadas nos dois primeiros blocos,

---

<sup>6</sup> Neste mesmo horário é apresentado o telejornal “TV Revista” da TVE Bahia, o Jornal da MTV e *My Own*, na MTV, o Balanço Geral de segunda à sexta e Bom D+ aos sábados na TV Itapoan – afiliada da Rede Record na Bahia, TV Esporte Notícias e Zorro na Rede TV e Chaves na TV Aratu – afiliada do SBT.

<sup>7</sup> Dados fornecidos por Núbia Tawil, editora chefe do programa à autora, em questionário enviado em 18 de abril, por e-mail, e respondido no dia 20 do mesmo mês.

as de menor repercussão e de locais onde há afiliadas que ainda as apresentarão, nos outros dois blocos. A previsão do tempo é dada ao fim do segundo bloco e, quando há entrevistas, elas são iniciadas, em geral, no primeiro bloco, onde são feitas as perguntas gerais sobre o assunto, e continuadas com o intervalo de um bloco, onde são feitas as perguntas enviadas pelos espectadores de Salvador. O formato, padrão para os telejornais locais de todas as afiliadas da emissora compreende não apenas o modelo de *telejornalismo popular* que guia toda a construção dos telejornais, mas diversos outros detalhes, começando pela vinheta de abertura e seguindo até uma postura menos formal dos apresentadores, numa negociação com o *Padrão Globo de Telejornalismo* a adoção do formato *comunitário*.

### 3. JORNALISMO CÍVICO E O *TELEJORNALISMO POPULAR* DA REDE GLOBO

Em março de 1998 estreou em São Paulo o novo SPTV 1ª Edição, enquadrado em um formato telejornalístico diferente, adotado pela Rede Globo para guiar a produção das emissoras regionais afiliadas. Segundo Guzzoni (2000), este novo formato, chamado de *telejornalismo comunitário* ou *telejornalismo popular*, veio marcado pela informalidade na linguagem, na construção das notícias, na participação dos repórteres e em sua abertura para entrevistas e participação da audiência. Aqui, o uso do termo “popular” não se refere a um telejornal feito pela comunidade, e sim mais próximo dela, dando visibilidade aos seus integrantes, resgatando a “autenticidade da cultura popular”, mediando o diálogo entre cidadãos e segmentos responsáveis por solucionar problemas – um telejornalismo que busca referenciais de identidade no mundo globalizado.

O *Bahia Meio Dia*, telejornal da Rede Bahia eleito como objeto de análise no presente trabalho, foi ao ar um ano após o SPTV, a partir da concepção deste formato, e da adoção do modelo de *telejornalismo comunitário* pelas afiliadas da Rede Globo. A proposta para o telejornalismo regional que os telespectadores da Globo acompanham desde então parece se apoiar nas experiências do *public* e do *civic journalism* – jornalismo cívico, ou cidadão – desenvolvidas nos Estados Unidos e adotadas no Brasil a partir do fim da ditadura e com a volta do regime democrático (ABREU, 2003).

Abreu (2003) traça o surgimento do *civic journalism* a partir da iniciativa de um industrial de petróleo norte-americano para financiar projetos da área jornalística que enaltescessem valores democráticos – foi configurado para dar a palavra às associações comunitárias e cidadãos comuns, abrindo espaço no campo para o debate democrático e para o confronto de opiniões. O *public journalism*, por sua vez, teria sido praticado por jornais locais dos EUA e depois estendido à grande imprensa, numa proposta que pretendia trazer à tona os problemas da comunidade, vigiando a atuação dos políticos eleitos, que sob o olhar da mídia, ficavam mais atentos à demanda da população. (ABREU, 2003)

Traquina (2003) aponta para diversas terminologias que caracterizam o que legitima conceitualmente como jornalismo cívico. Segundo o autor, o surgimento do *jornalismo comunitário*, *jornalismo público* ou *jornalismo cívico* que se dá nos anos 80, nos EUA, tem a intenção de combater a baixa credibilidade dos mídia, pela sua imagem de dependência das fontes oficiais e superficialidade na cobertura da campanha presidencial norte-americana.

Discutindo as bases teóricas do jornalismo cívico, Traquina desenvolve sua discussão sobre o jornalismo cívico a partir de dois profissionais do campo jornalístico: David Merritt, com 30 anos de experiência na prática, e Jay Rosen, acadêmico da Universidade de Nova York. A preocupação de Merritt está na necessidade de uma “redefinição” do jornalismo através de um olhar diferenciado dos profissionais para si e para seu próprio trabalho, e para a adoção de um papel que vai além de noticiar ou manter um conceito de objetividade que privilegie extremos ou ataque negativamente a política:

O jornalismo cívico que Merritt defende envolve as seguintes mudanças: 1) ir para além da missão de dar as notícias para uma missão mais ampla de ajudar a melhorar a vida pública; 2) deixar para trás a noção do ‘observador desprendido’ e assumir o papel do ‘participante justo’; 3) preocupar-se menos com as separações adequadas e mais com as ligações adequadas 4) conceber o público não como consumidores, mas como atores na vida democrática, tornando assim prioritário para o jornalismo estabelecer ligações com os cidadãos. (TRAQUINA, 2003, p. 178)

Assim como Merritt, Rosen vê na proposta do jornalismo cívico um papel mais ativo dos jornalistas, e um envolvimento com as questões a resolver numa comunidade que pretende se estruturar como uma sociedade democrática, encorajando os cidadãos à participação através de um discurso mais sério que reforce a cidadania. Segundo Traquina, Rosen destaca ainda que o jornalismo cívico pressupõe a ligação entre jornalistas atuantes na discussão de questões da comunidade com seus cidadãos não como espectadores dos acontecimentos, mas como agentes ativos.

Traquina aponta algumas experiências iniciais neste sentido, como a iniciativa do jornal “*Columbus Ledger Enquirer*” que passou a publicar, diariamente, partes de um relatório com os principais problemas da comunidade, escrito a partir de sondagens de opinião e inquéritos respondidos por cidadãos influentes. A ação deu início à organização de encontros para discutir as questões relatadas, e à realização de forças-tarefa para resolver os problemas relacionados, como cuidados com as crianças e o racismo, que ganharam visibilidades através da publicação de artigos e cartas sobre o tema no editorial do jornal.

O “*Wichita Eagle*” seguiu o exemplo em 1990, indo além em 1992 com a criação de um ciclo de discussões de questões comunitárias que durou nove semanas, divulgando no jornal reportagens com base em entrevistas à população e artigos que apresentavam contribuições positivas à discussão. O “*Charlotte Observer*” lança também em 1992 seu projeto de jornalismo cívico que pretendia reduzir a manipulação da cobertura das eleições por estratégias eleitorais, sondando as preocupações de mil leitores com relação às eleições e acompanhando os comentários de metade deles sobre sua cobertura. Em 1994, este mesmo jornal organizava reuniões com residentes de uma cidade com altos índices de criminalidade, publicando uma série de reportagens sobre o problema e “páginas de ajuda” com ofertas de emprego, bens e serviços para a população local. Posteriormente, a criação de instituições jornalísticas que se ocupavam de propostas cívicas contribuiu com a elaboração de mais de 200 projetos orientados neste sentido nos EUA, com base em ‘auscultação do público’ e mobilização das comunidades onde os jornalistas atuavam como parceiros no combate de problemas. (TRAQUINA, 2003)

Segundo Abreu (2003), no Brasil, o “jornalismo de utilidade pública” se manifestou de diversas formas, como através da abertura de espaço nos impressos para reivindicações do cidadão comum, na atenção maior aos direitos dos consumidores – cidadãos e compradores dos jornais – e na publicação de colunas de serviços e empregos, hoje cadernos incorporados nos principais jornais do país. A televisão e o rádio também passaram a dar voz às queixas da população, embora possamos perceber a maior repercussão de programas como o do Ratinho, no SBT, que transformam os problemas populares em espetáculos. A



iniciativa também está presente em telejornais como o Jornal Nacional ou o Jornal do SBT, cujas matérias trazem, por muitas vezes o tom de denúncia, de fiscalização dos poderes públicos e de vigilância da sociedade, que reforçam a função de “justiceiros” dos jornalistas frente a uma audiência cada vez mais descrente em suas elites.

Albuquerque (1999) sugere que essa “vigilância”, quando realizada pelo jornalismo brasileiro não se equivale ao que é praticado pelo jornalismo independente norte-americano, que adota a posição de “Quarto Poder”. O autor está atento para o jornalismo<sup>8</sup> como uma instituição social que se constitui como tal dentro de cada sociedade em particular, e que se re-configura juntamente com as mudanças que ocorrem nessas sociedades. O papel do jornalismo no Brasil como “defensor do bem comum”, a partir do fim da ditadura e da promulgação da Constituição Federal de 88, configura uma vigilância diversa daquela praticada pelo “Quarto Poder” norte-americano, e se ocupa não de equilibrar o círculo dos três poderes do Estado, mas pretende garantir a defesa do regime democrático a partir do interesse comum, se constituindo como um “Poder Moderador”.

Fernandes (2002) aponta para a deficiência na definição mais precisa do jornalismo cívico, importante para classificar o que o jornalismo mundial tem feito e dito como cívico. Ele traz à tona a idéia de Schaffer, que afirma que o jornalismo cívico, ao dar voz ao povo, redefine um equilíbrio que já deveria marcar o jornalismo tradicional – a premissa de dar, se possível, o mesmo espaço para todas as partes (versões) na narrativa da matéria. Para o autor, o debate teórico-terminológico pode salvaguardar a noção de Albuquerque (1999) de jornalismo como um “Poder Moderador” que caracteriza melhor o jornalismo nacional como *cívico* – prezando pela equidade em função do desenvolvimento da democracia no país, num tom que se aproxima mais da noção de “cão guia”, do que da noção de “cão de guarda”.

Retomando a discussão do telejornalismo comunitário proposto pela Rede Globo para suas afiliadas, reafirmamos que sua configuração parece partir dos ideais do *civic journalism* e das premissas do jornalismo brasileiro como uma

---

<sup>8</sup> Albuquerque aqui fala da imprensa em geral, e não apenas da televisão.

instituição social ou “Poder Moderador” que pretende dar visibilidade às ameaças ao desenvolvimento das bases para a democracia. O *telejornalismo comunitário* pode então ser visto como uma aplicação regional e readaptada do jornalismo *cívico*, que tem a capacidade de retratar as questões locais supostamente a partir do interesse coletivo com um aprofundamento maior do que o permitido pelo tempo e espaço dos jornais nacionais.

Numa análise deste novo modelo de telejornalismo regional, Guzzoni (2001) aponta para o enfoque em aspectos do cotidiano da população, que se torna fonte de produção, debate e crítica jornalística. Guzzoni cita ainda alguns elementos característicos do formato: o repórter continua sendo o mediador entre o fato e a audiência e a narrativa da matéria se assemelha ao “contar de história”, dando ênfase à fala dos personagens. A humanização do relato, comum nas matérias veiculadas neste formato cede maior veracidade aos argumentos e referencia o acontecimento como parte do cotidiano de parcela da população. A entrevista, mais extensa do que em outros formatos de telejornal, permite o debate de assuntos de interesse popular e há maior visibilidade para grupos comunitários que possuem soluções alternativas e exemplos de superação de adversidades enfrentadas pela comunidade.

Flausino (2002) aponta para o SPTV como um modelo para os telejornais regionais da Rede Globo, chamando atenção para outros elementos do novo formato: os novos cenários, novos quadros, convidados especiais, manifestação de interesses populares e incentivo à participação popular, sendo esta uma característica marcante do *jornalismo comunitário*. De acordo com a autora, pelas dimensões regionais e pela premissa de rapidez e atualidade do jornalismo, a cobertura dos telejornais costuma ser muito fragmentada, mostrando sem maior aprofundamento os recortes que faz da realidade. Essas premissas, de vencer tempo e espaço costumam aproximar o jornalismo regional daquele praticado pela “grande imprensa”. O *telejornalismo popular* pode trazer novos elementos para ultrapassar essa superficialidade e aproximar-se da comunidade.

Numa reflexão sobre Chaparro<sup>9</sup>, Flausino (2002) coloca a “grande imprensa” como “o topo”, de onde se acompanha a tomada das decisões provindas de altos cargos, de onde se obtém uma perspectiva de quem olha de cima, e enxerga os grandes acontecimentos ou o que acontece nos “topos da sociedade”. Desta forma, o papel da imprensa regional deveria ser o de acompanhar a base, observando a luta cotidiana, inserindo os homens em suas narrativas. Flausino destaca ainda que a Rede Globo, numa proposta de praticar o *telejornalismo comunitário* se ocupando de questões que afetam a vida da população, adota um formato que insinua mudanças no próprio “fazer telejornalístico”. No novo SPTV a autora identifica o uso de uma linguagem mais coloquial, as reportagens em tom de descontração e brincadeira, o *vox populi* mais presente, inclusive ao vivo, o questionamento às autoridades, a abordagem de temas que atingem as donas de casa e os trabalhadores comuns, além de uma postura mais informal dos apresentadores, que parecem estar na sala de visitas da audiência.

Preocupado com a análise de recepção no telejornalismo regional, Vizeu Pereira Jr. (2005) traz à tona a questão da audiência presumida, afirmando que o público está “presentificado” no discurso jornalístico: os jornalistas fazem uma idéia do público para quem produzem seu discurso a partir de sua cultura profissional, organização do trabalho, processos produtivos, códigos particulares da língua e regras do campo de linguagem. Assim, nenhum discurso jornalístico é elaborado sem carregar elementos que pressupõem a idealização de um espectador ou grupo de espectadores. Contudo, o que vemos na proposta de telejornalismo comunitário vai além da presunção do que é a audiência ou de quais são os seus interesses, vemos a audiência nas telas, vemos a população retratada por sua voz, por sua interação nas entrevistas, pela sua opinião nas matérias, pela sua representação através de figuras que emprestam suas histórias à humanização do relato das matérias:

A TV não pode mais ignorar esses apelos e aos poucos eles – os atores sociais – vão surgindo no cenário. Não estão todos lá, nem ao

---

<sup>9</sup> CHAPARRO, Manuel Carlos. *A Imprensa regional deve ter a arte de humanizar*. GrandAmadora, Amadora, 1999.

mesmo tempo, mas não podem mais ser ignorados porque conquistaram expressão e têm força. Eles estão entrelaçados por interesses comuns e formam uma grande comunidade. E, é dela que a TV precisa extrair a substância que lhe garante viver; é da comunidade que sai o tônico capaz de lhe assegurar a supremacia que tanto persegue. (Flausino, 2002, p.3)

França (2004) aborda a questão da visibilidade popular numa perspectiva de interação de interlocutores – mídia e audiência – na medida em que compreende os programas televisivos como “pequenas narrativas do cotidiano; falas que alicerçam a convivência e o quadro de sentidos de uma sociedade’ e que, portanto, comportam convocar para seu relato as figuras populares que os alimentam”. Desta forma, além de levar ao ar os relatos dos dramas do mundo real, os programas televisivos levam a encarnação do drama no personagem que pode criar não apenas um apelo, mas uma identidade e conseqüente aproximação com a audiência.

Outra característica muito marcante na proposta de Rede Globo – e presente no *Bahia Meio Dia* – é o que Flausino (2002) chama de contextualização da informação: uma matéria vem sempre relacionada com outras que tratam da mesma questão, incentivando um jornalismo de aprofundamento. Esse aprofundamento pode ser realizado também através da extensão da pauta para a realização de entrevistas sobre o tema, ao vivo, no estúdio, ou nas ruas, pelos repórteres.

Procuramos aqui compreender melhor as particularidades que o formato de telejornalismo regional adotado a partir do SPTV, com a premissa do exercício de um *telejornalismo popular* e, portanto, mais próximo da comunidade. A partir de uma análise baseada nos conceitos de modo de endereçamento buscamos compreender como estas particularidades permitem que se veja no *Bahia Meio Dia* um telejornal com estilo próprio, que configura um estilo próprio de *telejornalismo comunitário*.

## **4. MODO DE ENDEREÇAMENTO E PROPOSTA METODOLÓGICA**

### **4.1 – O conceito de Modo de Endereçamento**

Toda produção midiática é voltada para uma audiência. Por mais ampla que ela possa ser, seus produtores estão constantemente construindo discursos para um público imaginado que não é, necessariamente, o público empírico. Quando nos sentamos diante da televisão para assistir um programa que já conhecemos, o fazemos porque há algo neste programa que nos convoca como espectadores. Há algo que nos chama a atenção, que nos interessa, e que de alguma forma sabemos que estará lá. São estes elementos, presentes num determinado programa que nos convocam a assisti-lo, que compõem a estrutura do que chamamos aqui de modo de endereçamento.

O conceito de modo de endereçamento surge na análise fílmica, e vem sendo usado em estudos de recepção desde os anos 80, para compreender a relação construída entre emissores e receptores de produtos televisivos. (GOMES, 2005). Elizabeth Ellsworth (2001), em estudos de análise cinematográfica, resume o conceito de modo de endereçamento na questão: “quem este filme pensa que você é?”.

Louis Althusser (1985) usou o conceito de interpelação para caracterizar o processo em que indivíduos são sujeitados a um determinado discurso que os chama, em que podem se ver. Os discursos dos meios de comunicação interpelam espectadores e dizem sobre como a cultura funciona: o que é certo e errado, o que é bom ou mau, como devem se comportar, se representar e interpretar o seu próprio modo de vida. Na análise de programas televisivos, o conceito de interpelação se refere ao processo em que uma determinada audiência é convocada por um programa para assisti-lo a partir do modo como ele se endereça ou, “como um determinado programa se relaciona com a sua audiência a partir da construção de um estilo, que o identifica e o diferencia dos demais” (GOMES, 2005).

Daniel Chandler (1997) define modo de endereçamento como o modo através do qual as relações entre “endereçador” (*addresser*) e “endereçado” (*addressee*) são construídas no texto, e que dependem de três fatores: o contexto textual, o contexto social e os constrangimentos tecnológicos do meio utilizado. Para Chandler, o conceito de interpelação de Althusser implica na concepção de um determinismo textual, que tem sido desafiado pela idéia de polissemia ou multiacidentalidade. Resgatadas por estudos semióticos recentes, multiacidentalidade e polissemia falam sobre a perspectiva de que todo texto pode ser interpretado de formas diferentes por diferentes audiências.

Assim, Ellsworth (2001) e Chandler (1997) compreendem o modo de endereçamento como algo que relaciona as estratégias de construção da mensagem aos receptores, à audiência real, durante o processo de comunicação. O sentido construído vai depender da interpelação do espectador não apenas pelo conteúdo da mensagem, mas pelo caráter ideológico do que está sendo transmitido, pela estrutura de interpelação utilizada pelos produtores, que pode convocá-lo fazendo com que se identifique em maior ou menor grau com o estilo construído pelo modo de endereçamento de um programa.

Modo de endereçamento, por sua vez, é aquilo que é característico das formas e práticas comunicativas específicas de um programa, diz respeito ao modo como um programa específico tenta estabelecer uma forma particular de relação com sua audiência. A análise do modo de endereçamento associada ao conceito de gênero televisivo ou midiático deve nos possibilitar entender quais são os formatos e as práticas de recepção solicitadas e historicamente construídas pelos programas jornalísticos televisivos. (GOMES, 2006, p. 10-11)

A audiência, diante do aparelho de televisão num horário e canal de um determinado programa, espera aquilo que compreende fazer parte de sua proposta – no caso em questão, elementos que podem ser contemplados sem descaracterizar o *gênero programa jornalístico televisivo*. GOMES (2002) atenta para o gênero como um “manual de uso”, ou uma estratégia de interação, como “formas reconhecidas socialmente a partir das quais se classifica um produto dos media”. Embora não seja nossa intenção tratar de uma questão de gêneros, compartilhamos a idéia da autora quando reconhece que “colocar a atenção nos

gêneros implica reconhecer que o receptor orienta sua interação com o programa e com o meio de comunicação de acordo com as expectativas geradas pelo próprio reconhecimento do gênero”.

O (re)conhecimento da audiência acerca do *gênero programa jornalístico televisivo* faz com que ela se posicione diante de uma produção que se propõe como tal de uma forma particular e diversa daquela posição que ocupa ao assistir um filme ou uma partida de futebol. Certamente, quem se ocupa de assistir um telejornal espera que ele seja constituído por elementos reconhecidos como parte do gênero, tal como a presença de apresentadores, repórteres, matérias construídas a partir de premissas que configuram o seu pacto, como objetividade, atualidade, relevância e interesse público. Embora um programa possa conter uma série de outros elementos, alguns também reconhecidos como telejornalísticos – comentaristas, entrevistas, previsão do tempo, chamadas ao vivo, etc. – e outros nem tanto – receitas, exposição de videocliques, apresentação de bandas, etc. – a audiência precisa reconhecer o que está sendo feito como um telejornal.

O Jornal Nacional (da Rede Globo de televisão) é considerado o conjunto mais bem-acabado de marcas que caracterizariam um telejornal: a temática, o formato, o cenário, os apresentadores, tudo contribui para a identificação do programa com o gênero. Já as pistas que dizem sobre suas especificidades aparecem de forma menos explícita. (GOMES, 2005, p. 5)

Os elementos apresentados, modificados e/ou incorporados – sem que por isso o programa deixe de fazer parte do gênero telejornal – são exatamente os que cedem o seu “tom” ou “estilo”, e os que nos interessam para compreender seu modo de endereçamento. São suas “especificidades” que pretendemos analisar a partir da observação pautada na proposta metodológica adotada, e que esperamos nos guiar para compreender seu modo de endereçamento.

O modo de endereçamento é constituído então por elementos que os produtores do programa articulam a partir do conjunto formado pelas expectativas presumidas dos espectadores, e se relacionam com os espectadores reais no momento de sua veiculação. Esse “tom” é constituído por diversos elementos, como movimentos de câmera, cenário, linguagem, postura do apresentador, contexto, texto verbal, formatos de apresentação da notícia, uso de recursos

técnicos, inserção da audiência, pacto estabelecido com o público, enfim, com diversas marcas que interpelam a audiência do programa:

Aqui, portanto, adotamos o conceito de modo de endereçamento naquilo que ele nos diz, duplamente, da orientação de um programa para 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. Nessa perspectiva, o conceito de modo de endereçamento se 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. (GOMES, 2006, p. 11)

## **4.2 – Os Operadores de Análise**

Para analisar os elementos que compõem o modo de endereçamento de programas jornalísticos, adotamos uma proposta metodológica composta por nove operadores desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. O Grupo, coordenado pela Professora Doutora Itania Maria Mota Gomes, analisou diversos telejornais procurando identificar elementos e propriedades comuns a todos os programas, e que poderiam ajudar a desenvolver uma metodologia para observação do endereçamento de produtos televisivos deste gênero. Este trabalho, juntamente com a discussão sobre metodologias utilizadas por pesquisadores dos estudos culturais aliada a uma revisão bibliográfica acerca da história do telejornalismo, linguagem e formatos empregados no telejornal, permitiu desenvolver os operadores, que auxiliam a análise e identificação do modo particular através do qual cada telejornal se relaciona com sua audiência.

Desta forma, esta monografia foi realizada a partir da observação e análise dos operadores de forma experimental, para tentar compreender o modo de endereçamento do *Bahia Meio Dia* – e na intenção de contribuir com o desenvolvimento das futuras análises pautadas na metodologia em questão. Ressaltamos que a descrição dos operadores foi elaborada a partir de sua caracterização feita nos trabalhos já concluídos e apresentados por participantes do Grupo, utilizados como bibliografia para esta monografia.



Embora os nove operadores que fazem parte desta proposta metodológica sejam aqui descritos um por um, considera-se que, na análise de um programa a partir deles, não faria sentido considerar cada elemento de modo isolado, visto que juntos, e em relação entre si, eles tecem a rede que configura o modo de endereçamento do telejornal. Nesta perspectiva, os temos todos em mente no momento da análise, e isolá-los para descrever nosso objeto representaria uma perda na compreensão do estilo do telejornal.

Os operadores são: mediador; temática, organização das editorias e proximidade com a audiência; pacto sobre qual o papel do jornalismo; contexto comunicativo; recursos técnicos a serviço do jornalismo; recursos de linguagem televisiva; formatos de apresentação da notícia; relação com as fontes de informação e texto verbal. A seguir, tecemos um breve comentário sobre cada um dos operadores de análise que compõem a metodologia experimental que norteou este trabalho:

#### **4.2.1 – Pacto sobre qual o papel do jornalismo**

Este operador nos permite identificar o pacto estabelecido pelo programa com a audiência a respeito de como o jornalismo atua em relação a ela, e tem estreitas ligações com o que se assume ser o papel do jornalismo dentro da sociedade.

O pacto que cada texto estabelece com sua audiência vai orientá-la sobre o que pode esperar do programa que deve manter-se entre os referenciais do gênero programa jornalístico e das atualizações produzidas pelas influências do ambiente cultural, histórico e social sobre a estrutura genérica. (Maia, 2005, p.55).

Ao descrever este operador, Maia (2005) cita algumas funções que podem ser identificadas como propostas de pacto. A *função de vigilância* presume que o programa tenha como foco estar atento às múltiplas esferas da sociedade para detectar e denunciar algo que possa ser contrário aos interesses de seus cidadãos.

A *função de conversação social* tem como premissa informar para formar a opinião pública, num tom mais leve. A *função de entretenimento* está ligada à produção de conteúdos acerca de temas como cultura, esportes, lazer, *Bastidores* de TV, cinema, vida de personalidades, etc. É importante destacar que os programas podem possuir pactos híbridos, embora algum traço prevaleça como mais marcante em seu endereçamento.

Poderíamos dizer que o *Bahia Meio Dia* possui um pacto híbrido, que contempla a função de *conversação social* e de *vigilância*, mas possui um elemento ainda mais marcante que não pode ser deixado de fora: o que chamamos, em nossa análise, de *prestação de informações e serviços de utilidade pública*. Pressupondo que a prestação de informações é uma premissa da existência do próprio jornalismo, nos resta “enquadrar” ou classificar a função de prestação de serviços de utilidade pública, representada no programa principalmente pelos quadros que buscam por *Desaparecidos* ou dão visibilidade a desempregados, e pelas entrevistas que visam orientar a audiência sobre diversos temas. Para classificar seu pacto sugerimos a noção de *jornalismo comunitário*, fazendo a ressalva de que aqui não se fala de um jornalismo ativista militante, mas de um jornalismo que parece estar vinculado às questões que afetam a comunidade.

Fernandes (2002), a partir de Carlos Castilho e Jan Schaffer, traça uma definição de jornalismo cívico como um jornalismo que retoma o contato com a comunidade, que busca e abre espaço para os temas de seu interesse, e desafia as pessoas a se envolver e tomar para si problemas comunitários. O caráter popular ou cidadão do *Bahia Meio Dia*, a partir do formato de *telejornalismo popular* adotado pela Rede Globo para os telejornais de suas afiliadas, parece estar marcado por esta *função de jornalismo comunitário*. Além da informação produzida a partir dos acontecimentos e comumente expressada “para os cidadãos”, o telejornal cria situações para as quais constrói uma visibilidade baseada na importância do tema em questão e na participação da comunidade em seus quadros especiais, convocando os telespectadores a ajudarem a população a solucionar alguns de seus problemas.

#### 4.2.2 – Mediador

Os mediadores são os jornalistas que compõem a equipe do programa e falam diretamente ao telespectador. Eles formam a interface que conecta os acontecimentos mais relevantes do ponto de vista da noticiabilidade do programa à sua audiência. Dentre os mediadores, os apresentadores representam com maior força a “cara” do telejornal, conduzindo o encadeamento das notícias e contato com demais jornalistas que aparecem no programa.

As possíveis classificações desenvolvidas em trabalhos anteriores do Grupo consideram as observações de Eliseo Veron (1983)<sup>10</sup>. O autor atenta para o eixo olho no olho entre apresentador e audiência, que procura estabelecer confiança. O autor sugere classificar os apresentadores como *apresentador ventríloquo* – caracterizado pela falta de gestualidade e contato limitado ao olhar e *apresentador moderno* ou *meta-anunciador* – que explora o cenário do programa e as expressões e gestos, criando um elo com a audiência e sugerindo orientações de leitura das notícias.

O Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo sugere a classificação *apresentador intérprete*, que se situa entre as posturas propostas por Veron, e caracterizada por enunciadores de atuação mais sutil do que o *apresentador moderno*, mas que, através de expressões faciais e modalizações da voz conduzem a leitura do texto verbal. Essa postura seria a mais comum no telejornalismo atual (MAIA, 2005). Borja (2005) propõe ainda a tipificação ‘apresentador ator’, que se situaria entre o apresentador intérprete e o meta-enunciador, interpretando o texto por modalizações de voz e gestos, mas sem explorar uma multiplicidade de cenários e enquadramentos de câmera<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Apesar de o presente trabalho considerar a constatação do Grupo da necessidade de uma descrição particular dos mediadores em cada análise, preservamos aqui a referência de Veron como forma de evidenciar a base às análises deste operador na proposta metodológica adotada.

<sup>11</sup> A autora utiliza essa classificação para descrever a postura de Raimundo Varela na apresentação do ‘Balanço Geral’, da TV Itapoan, que gesticula e usa tom de vozes para sugerir interpretações, mas sempre está na bancada, geralmente enquadrado em plano americano.

Os programas podem possuir ainda outros mediadores, como os repórteres, que intermedeiam o contato entre o fato, o programa e sua audiência, sendo quem “testemunha” os acontecimentos no local, conferindo credibilidade ao noticiário. Por muitas vezes, essa credibilidade é construída por referencialidade, pois os repórteres estão no lugar onde o fato já aconteceu, apenas para contextualizar o que é dito e demonstrar que a emissora pode ir até o palco dos acontecimentos. Os comentaristas ajudam a construir um caráter de objetividade do programa, por separar os fatos das opiniões, e os correspondentes e enviados especiais legitimam a credibilidade do *in loco* e reforçam o poderio técnico da emissora, que “não poupa esforços” para estar onde os acontecimentos se desenrolam.

#### **4.2.3 – Temática, Organização das Editorias e Proximidade com a Audiência**

Este operador está voltado para a arquitetura do programa: como se organiza a apresentação dos assuntos e editorias, a prioridade para determinados temas e áreas e sua esfera de cobertura – local, nacional ou internacional. O conjunto destes elementos pode revelar a aposta do programa em interesses de um determinado público e na aptidão e competências para compreender o que é dito. No caso do telejornalismo regional ou local de emissoras afiliadas de uma rede nacional, a proximidade geográfica com a audiência já está implícita em sua política editorial, e a análise da prioridade de pauta para determinados temas pode ajudar a revelar como o endereçamento é construído e, conseqüentemente, para quem o telejornal está sendo produzido.

#### **4.2.4 – Contexto Comunicativo**

O contexto comunicativo compreende os mediadores, os telespectadores, e as circunstanciais espaciais e temporais em que o processo de comunicação ocorre (MAIA, 2005). Aqui se leva em conta a forma através da qual o apresentador se dirige à audiência pelo contexto em que está inserido e,

consequentemente, o universo cultural e o código que se partilha através desta proposta:

Quando um telejornal traz como cenário uma sala de estar está propondo ao telespectador uma situação comunicativa diferente daquela da bancada tradicional de onde o apresentador lê as notícias. Na sala de estar, o jornalista se comporta e se dirige de forma diferenciada (mais descontraída) ao telespectador. A metáfora aqui é a da *conversa*, o telespectador é acionado como participante e a câmera deve situá-lo como mais um naquele 'bate-papo', embora sempre sejam utilizadas estratégias para demarcar a 'voz autorizada' daquele que traz o universo das notícias para a sala de estar. (BORJA, 2005, p.34-35)

#### 4.2.5 – Texto Verbal

A análise do texto verbal possibilita verificar como o programa, através de seus mediadores, interpela verbalmente a audiência. O Grupo de Pesquisa inseriu este operador a partir da proposta, na tese de doutorado de Alfredo Eurico Vizeu Pereira Júnior<sup>12</sup> de verificação da 'presença da audiência' no texto verbal através de cinco 'modalizadores': de *atualidade*, de *objetividade*, de *interpelação*, de *leitura*, e *didáticos*.

O modalizador de *atualidade* analisa como o programa traz para o 'aqui e agora' de sua anunciação o acontecimento, construindo a atualidade das notícias a partir de uma cronologia própria do discurso telejornalístico que aproxima passado e futuro do tempo presente de sua veiculação. Alguns exemplos de uso comum é a inserção de palavras como 'agora', 'hoje', 'amanhã', 'aqui', etc. na locução. O modalizador de *objetividade* prevê como o discurso suaviza sua natureza enunciativa para reforçar a premissa de objetividade e imparcialidade, e que ganharam força a partir da consagração do "modelo americano de jornalismo" no Brasil. Esse apagamento da enunciação pode ser feito, por exemplo, pelo uso da terceira pessoa, supressão do repórter nas matérias e uso do "ao vivo" (BORJA,

---

<sup>12</sup> VIZEU PEREIRA JR., Alfredo Eurico. **A audiência presumida nas notícias no caso dos telejornais locais**. 2002. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

2005) ou ainda pelo uso do discurso declaratório indireto (“segundo...”) (MAIA, 2005).

O operador de *interpelação* revela a pretensão de chamar diretamente a atenção do telespectador, construindo-se um vínculo com a audiência como co-enunciadora, através de imperativos como “veja agora”, ou “nós vamos ver agora”, num tom inclusivo. O operador de *leitura* explora o conhecimento partilhado entre programa e audiência – que fica responsável por preencher “espaços vazios” como a supressão de verbos e artigos, e compreender metáforas e referências a vozes representadas por figuras de linguagem. O operador *didático* observa a preocupação com o uso de uma linguagem compreensível, e a construção das notícias de forma que responda às questões que o espectador pode levantar sobre o acontecimento dentro do limitado tempo disponível no telejornal. (MAIA, 2005)

#### **4.2.6 – Recursos Técnicos a Serviço do Jornalismo**

Este operador considera as inovações tecnológicas como recursos indispensáveis, ao longo o tempo, para a atual configuração do jornalismo em sua apresentação e transmissão. Recursos como a cobertura ao vivo legitimam a credibilidade da emissora e a autenticidade na abordagem do relato. Considera-se aqui ainda o uso de infográficos, mapas do tempo, vinhetas, videofones, cenários virtuais e demais elementos técnicos que componham o noticiário.

#### **4.2.7 – Recursos da Linguagem Televisiva**

Através desse operador observa-se como o conjunto de elementos de imagem e som característicos da linguagem da televisão ajuda a criar a identidade do programa. A edição e as montagens podem dar maior ou menor visibilidade a determinadas vozes. Os enquadramentos ou planos de câmera<sup>13</sup> podem provocar um afastamento u uma aproximação com a audiência – closes em momentos de

---

<sup>13</sup> Ver planos de câmera no glossário em anexo

comoção do depoente – privilegiar determinadas interpretações das imagens e compor a apresentação de mediadores. (BORJA, 2005) O uso de BG, vinhetas, vinhetas especiais e comemorativas podem demarcar um momento diferenciado de leitura ou chamar a atenção de telespectadores ‘distraídos’ pela realização de múltiplas atividades (MAIA, 2005).

#### 4.2.8 – Formato de Apresentação da Notícia

Concebendo “notícia” como a forma de apresentação do discurso jornalístico, observamos, através deste operador como o telejornal formata os acontecimentos através dos recursos disponíveis – imagens, gráficos, etc. – e de sua relevância dentro do programa. Os formatos mais comuns de configuração das notícias no gênero telejornalístico são: matéria, nota simples, nota coberta, reportagem e entrevista. Dentro destas notícias cabem as imagens, os infográficos, os mapas, animações, quadros informativos e mais uma série de recursos para complementar a informação.

As notas são narradas pelo apresentador, sendo a nota coberta a que é feita em *off* com imagens do acontecimento. A nota coberta aponta para a capacidade da emissora de “estar lá”, mesmo quando a notícia não merece espaço de destaque no programa – ou mesmo uso de recursos enviados por agências de notícias, cuja marca pode estar nas imagens. A matéria apresenta o fato de uma forma mais sucinta do que a reportagem, que normalmente é mais longa e contextualiza melhor um acontecimento, demandando um tempo e trabalho mais aprofundado para sua construção. Na apresentação das matérias e reportagens, pode-se incluir ainda cabeça, passagens, sonoras, e nota pé<sup>14</sup> – que ajudam a complementar a informação. A passagem do repórter *in loco* pode aumentar o “caráter de verdade” e a credibilidade da emissora. O formato de apresentação das notícias indica como ler o que está sendo apresentado, conotando a relevância que dado acontecimento deve ter para a audiência em questão, e pode apontar o investimento da emissora ou suas restrições técnicas para a cobertura dos fatos.

---

<sup>14</sup> Os formatos estão descritos no glossário em anexo.

#### 4.2.9 – Relação com as Fontes de Informação

Dentro das matérias, podemos perceber a presença de quatro fontes de informação: as fontes oficiais (governo) e autoridades, que a priori legitimam as informações dadas na notícia, os especialistas no assunto tratado que podem explicar o ocorrido ou orientar a audiência, e o cidadão comum. Este último aparece através da humanização do relato, do *fait divers* ou da *vox populi* (opinião), legitimando o valor da notícia através de sua fala ou promovendo uma aproximação com a audiência, que se vê “representada” no programa.

A relação com as fontes de informação pode ajudar a construir sentido ou orientação em uma matéria. A presença, o tempo e a posição dados às fontes oficiais, autoridades, especialistas e ao cidadão comum expressam escolhas de endereçamento do telejornal para sua audiência e podem servir para sinalizar o compromisso ideológico com determinada abordagem da notícia (MAIA, 2005), traço bastante relevante na análise que segue.

Franciscato (2006), ao estudar as contribuições do método científico para a reportagem<sup>15</sup> jornalística, destaca a “imersão dos jornalistas no ambiente de convivência dos personagens de seu trabalho jornalístico” e conseqüente “transposição de fronteiras entre jornalistas e suas fontes/personagens das notícias” como uma relação que “preliminarmente” parece funcionar para o modelo de jornalismo cívico, mas que deve ser revisto num jornalismo tradicional.

Neste sentido, nos interessa observar como as fontes aparecem ou ganham visibilidade dentro do telejornal, e quais recursos procuram se aproximar delas e ao mesmo tempo manter um “afastamento” que possa ajudar a garantir a premissa de neutralidade e equilíbrio entre posições ou denunciar uma reconfiguração do jornalismo cívico a partir da prioridade para determinadas fontes.

---

<sup>15</sup> O autor ressalva que se refere à reportagem não como formato de apresentação da notícia, mas como a atividade cotidiana dos repórteres ao colherem informações para seus relatos jornalísticos.



A partir da metodologia proposta, pretendemos realizar uma análise do modo de endereçamento do *Bahia Meio Dia* considerando os operadores de análise descritos, e levando em consideração o seu formato de telejornalismo comunitário e sua proposta de falar numa linguagem “acessível para todas as classes sociais”<sup>16</sup>, ou seja, a todos os baianos.

---

<sup>16</sup> Frase utilizada para definir a proposta do *Bahia Meio Dia* em seu *website* <http://ibahia.globo.com/bahiameiodia/programa.asp>

## 5. ANÁLISE DO MODO DE ENDEREÇAMENTO DO *BAHIA MEIO DIA*

A vinheta do *Bahia Meio Dia (BMD)* é uma animação gráfica, utilizada também como vinheta dos demais telejornais das afiliadas da Rede Globo. Ela é iniciada por diversas fileiras de fichas azuis em terceira dimensão que se sobrepõem, formando edifícios de diferentes alturas. No fim de um giro de câmera, focaliza-se o topo do edifício de fichas mais alto. Esta ficha azul do topo reluz gradativamente até que surge o nome Bahia, em caracteres de cor branca. Simultaneamente ao aparecimento do nome “Bahia” uma série de fichas luminosas, em amarelo dourado vão se sobrepondo sob a ficha azul do topo do edifício, da esquerda para a direita. As fichas amarelo-dourado acumuladas dão volume à forma que se constitui como um cubo com duas faces dividindo o meio da tela. Uma face é a ficha azul, com o nome “Bahia”, a outra, é o aglomerado de fichas amarelo-dourado, onde se evidencia as palavras “Meio Dia”, uma sobre a outra, em um tom de dourado mais escuro. Neste íterim, os demais edifícios vão sendo nivelados, até formarem uma malha homogênea de quadrados ínfimos, que se compõem como um fundo quadriculado em tons de azul para a logo que se forma. Esta animação é acompanhada por uma música instrumental, de notas pesadas, e da locução que anuncia o nome do programa a ser apresentado.



Figuras 1 a 6: Vinheta de abertura

Podemos sugerir que a formação da marca no topo do edifício mais alto conota uma promessa de vigilância sobre os demais edifícios, de tamanhos desiguais e menores. Isto pode evidenciar parte do pacto sobre qual o papel do jornalismo estabelecido pelo programa com sua audiência, de vigilância sobre tudo e todos, de uma posição superior, do alto, para anunciar, divulgar e mostrar o que acontece sob seu olhar. Contudo, não é essa a marca mais relevante do endereçamento do *Bahia Meio Dia*.

O estúdio usado no *BMD* segue o mesmo padrão azul e amarelo da vinheta, e é comum aos outros dois telejornais da Rede Bahia, sendo um padrão da Rede Globo para os telejornais regionais e locais, em que apenas alguns elementos são modificados, como a logomarca e as imagens dos painéis que compõem o fundo do cenário. O estúdio é amplo, com áreas que vão além da tradicional bancada, mas que são explorados somente nos quadros especiais e entrevistas com músicos que se apresentaram ao vivo no programa, nunca na apresentação de notícias ou entrevistas comuns. Na abertura, em plano geral, podemos ver uma bancada triangular, com tampo de madeira de cor clara, amarelada, como uma cabeça de seta apontando para a parede de fundo do estúdio. É a “ponta do triângulo” que divide o espaço dos apresentadores do espaço dos convidados. A bancada tem pés metálicos, e a face voltada para a câmera frontal, também em tom metálico, reproduz as “fichas reluzentes” que compõem a logo da Rede Bahia. O chão é azul-claro vitrificado, o que amplia a luminosidade do ambiente. Os elementos que compõem a cenografia do estúdio combinam, harmoniosamente, com as cores da logomarca do *BMD*.

A parede de fundo do cenário da bancada é de cor azul marinho, coberta por uma série de quatro painéis com fotografias da cidade. Embora o estúdio seja utilizado para os demais telejornais da Rede, cada programa utiliza imagens próprias. O painel mais à esquerda, que fica posicionado a maior parte do tempo atrás de Casemiro Neto, é uma imagem aérea de prédios da cidade, que dividem espaço com um céu azul. O painel atrás de Patrícia Nobre tem uma imagem colorida composta por um berimbau e fitas do Senhor do Bonfim, elementos típicos da representação da Bahia. Embora tanto Casemiro Neto quanto Patrícia Nobre apareçam sempre à frente de seus respectivos painéis quando juntos, na

apresentação do programa, quando o apresentam isoladamente, estes dois painéis e jogos de enquadramento de câmara são aproveitados para dinamizar o programa, alternando-se a cada aparição do apresentador em cena, o que dinamiza as imagens. O terceiro painel, para o qual aponta o vértice da bancada, é uma coluna prateada com a logo do programa em um fundo escuro, também usado como fundo para os apresentadores. Mais à direita, o último painel, posicionado atrás dos convidados, apresenta uma imagem aérea da cidade a partir do Farol da Barra. Quando convém, esta imagem é trocada por uma foto da Fonte Nova – em entrevistas a jogadores de futebol, por exemplo, e aos sábados quando a convidada Patrícia Abreu apresenta as principais matérias do *Bahia Esporte*.



**Figura 7: Plano Geral**



**Figura 8: Apresentação do Bastidores**



**Figura 9: Casemiro Neto**



**Figura 10: Patrícia Nobre**

Além desta área da bancada, o espaço do *BMD* possui ainda mais dois ambientes. Um é composto por mais quatro painéis, utilizado em entrevistas e participação de músicos que se apresentarão ao vivo no programa. As imagens nos painéis deste ambiente são: a orla da Barra à noite, o Solar do Unhão, o Pelourinho e a Igreja de Senhor do Bonfim – todos pontos turístico-culturais da cidade. O outro espaço do programa é reservado à apresentação e chamada de

quadros especiais, é nele que Wanda Chase apresenta e chama as notícias do *Bastidores*, e que Casemiro Neto e Patrícia Nobre chamam os quadros externos e entradas ao vivo. Através de telão que compõe o fundo deste cenário ocorre a transferência de imagem para fora do estúdio ou VTs. Na chamada para transmissões ao vivo, após a visualização da imagem do repórter *in loco* através do painel, essa imagem divide a tela com a do estúdio, efeito que reforça a instantaneidade do programa: o fato acontece e a notícia é produzida à medida que o telejornal é apresentado.

O cenário composto pelo azul e amarelo combinado com painéis mostrando imagens diurnas e coloridas da cidade parece interagir no contexto comunicativo criando, em muitos momentos, um clima menos formal do que aquele cedido pelas matérias factuais que cobrem crimes e acidentes e, ao mesmo tempo, menos emotivo do que o das matérias que humanizam o relato e dos enquadramentos que valorizam apelos emocionais dos depoentes.

Segundo a editora-chefe do *BMD*, Núbia Tawil<sup>17</sup>, “o carro chefe (do programa) continua sendo até hoje o que é notícia”. A questão está, justamente, em como essas notícias são construídas. O telejornal apresentado no horário do almoço deu um passo mais largo dentro do gênero ao assumir um formato mais longo: assim como ali vemos a bancada, os apresentadores em plano americano, os repórteres vestidos e maquiados dentro do padrão do *Jornal Nacional*, os fatos que marcaram o último dia da capital e cidades do interior do estado, e a previsão do tempo – elementos que marcam o *Telejornalismo Padrão Globo* – vemos também quadros ao vivo, nas ruas da cidade, com os apresentadores-repórteres entrevistando pessoas em busca de emprego e mostrando vagas disponíveis no mercado de trabalho, matérias que denunciam problemas enfrentados pela comunidade, entrevistas ao vivo com quem busca por pessoas desaparecidas, entrevistas em estúdio com temáticas variadas, principalmente, sobre saúde, comportamento, funcionamento de serviços públicos, agenda cultural para os fins de semana e bastidores da vida de artistas baianos.

---

<sup>17</sup> Informação relatada por Núbia Tawil, editora chefe do programa à autora, em questionário enviado em 18 de abril, por e-mail, e respondido no dia 20 do mesmo mês.

Diversos fatores apontam para o *BMD* como um telejornal marcado pela orientação ao público, prestação de informações e serviços de utilidade pública, o que configura sua função de jornalismo cívico, adaptada à proposta de *telejornalismo popular* da Rede Globo. Além dos quadros especiais de busca de desaparecidos e empregos, o telejornal leva ao estúdio convidados que esclarecem dúvidas e orientam os telespectadores sobre os mais diversos assuntos: saúde, legislação, previdência, e apresentam com grande frequência matérias que parecem querer mostrar ao cidadão os seus direitos e deveres.

O “mix jornalístico” que compõe o *BMD*, de fato, parece constituir o telejornal como uma revista eletrônica diária local, que apresenta não apenas o que os baianos “não podem deixar de saber”. Propõe ainda quadros que podem ser comparados a seções de uma revista, ou colunas de um jornal impresso, com informações e serviços que extrapolam o relato dos acontecimentos, e que mantêm seu formato e são apresentados sempre nos mesmos dias da semana. Se neste aspecto, o formato jornalístico do *BMD* parece se assemelhar ao de um jornal diário – que relata os principais acontecimentos do dia – essa não parece ser sua maior preocupação. Através de quadros especiais, cuja escolha para a veiculação não é aleatória, o telejornal cumpre sua função que vai além da informação dos principais acontecimentos – ele pretende fazer parte da agenda de seus espectadores e da comunidade de uma forma mais ativa.

Na segunda feira, dia em que a maioria dos baianos está retomando suas atividades, é apresentado o quadro especial *Procuro Trabalho* (“Desempregados”, como é mais conhecido), ao vivo, do Campo Grande, onde diversos profissionais oferecem seus serviços. O quadro oferece a visibilidade que pode ajudar em um recomeço para quem busca trabalho – representado aqui pela sua apresentação no primeiro dia útil da semana. Terça-feira é o dia em que sempre há entrevista com especialistas, ao vivo, no estúdio, sobre temas variados. Na quarta-feira vai ao ar o quadro especial *Desaparecidos*, transmitido ao vivo, da Praça da Piedade, em que os entrevistados pelo apresentador buscam pessoas desaparecidas. Na quinta, os convidados ajudam a começar o “aquecimento” para o fim de semana, sendo comuns as entrevistas com músicos que fazem uma curta apresentação do que poderá ser visto no circuito cultural da cidade. Na sexta, o clima de

proximidade com fim de semana é legitimado pelos quadros *Bastidores*, que apresenta notas e matérias com as fofocas e novidades dos artistas baianos, e o *Agenda*, mostrando opções de lazer e cultura para sexta, sábado e domingo. No sábado vai ao ar o *Agendinha*, a versão do *Agenda* com a programação infantil, e um bate-papo com a apresentadora do Bahia Esporte, Patrícia Abreu, que instaura, quase sempre, o clima de sábado “dia de futebol”, apresentando as principais notícias do programa que vem em seguida. O *BMD* não apresenta quadro de esportes, editoria supostamente suprida pelo programa a seguir na escala de horários – Globo Esporte de segunda à sexta, com dois blocos reservados à apresentação de notícias regionais, e o Bahia Esporte aos sábados.

Durante a Semana Santa, o ritmo do telejornal foi alterado, junto com o de parte da população. Embora o *BMD* tenha apresentado uma série de reportagens que retrata o ritual de alimentação de diversas religiões, ele seguiu o calendário católico, divulgando e cobrindo eventos em função da celebração da páscoa cristã. Não houve entrevistas com artistas na quinta-feira de páscoa, nem apresentação do quadro *Bastidores* e *Agenda* na sexta, e do *Agendinha* no sábado. Todas as programações culturais sugeridas pelo programa eram relacionadas às festividades da páscoa. Essa é mais uma forma de sugerir um posicionamento que acompanha o ritmo dos baianos, desta vez de uma parcela específica da população.

Os critérios para a presença das notícias na escalada do programa refletem a proposta em que o factual não é o “prato principal”, mas a garantia de uma identificação do programa dentro do gênero telejornal. Em um minuto de apresentação de manchetes cobertas com imagens e sem imagens, o anúncio de matérias de orientação, prestação de serviços e entrevistas em estúdio entre as notícias factuais – como crimes, violência, protestos e cobertura de eventos reforça a proposta de *jornalismo comunitário*.

Não há uma divisão de matérias por editorias ao longo do programa, as notícias da chamada são veiculadas em diferentes blocos, estratégia para garantir a audiência ao longo da apresentação. A proximidade geográfica é um pré-requisito para que um acontecimento seja noticiado no *BMD*, visto que o telejornal é regional. Contudo, na apresentação de séries especiais de reportagens,

podemos verificar a apresentação de conteúdos de outras emissoras regionais, como foi o caso da série “A Páscoa no Nordeste”, veiculada nas duas semanas anteriores ao feriado de páscoa. As reportagens apresentadas diariamente relatavam as particularidades na comemoração da páscoa em diversos municípios do nordeste através das equipes locais, representando o intercâmbio de matérias entre afiliadas. Contudo, é evidente a maior frequência de matérias feitas na capital, retratando seus residentes. É, quase sempre, a população da região metropolitana de Salvador que está representada no telejornal através dos depoimentos e opiniões nas matérias, e da participação nos quadros especiais.

**Casemiro Neto:** Uma boa tarde pra você, meio dia e três, a temperatura média em Salvador é de 29 graus.

**Patrícia Nobre:** Você vê nesta edição do *Bahia Meio Dia*.

**Casemiro Neto:** Oitocentos e cinquenta e oito motoristas multados por desprezar a faixa para ônibus.

**Patrícia Nobre:** Alcoolismo infantil. Vamos repercutir com um psiquiatra a situação mostrada no Fantástico, onde crianças que trabalham no interior da Bahia em alambiques são forçadas a provar a cachaça e acabam se viciando.

**Casemiro Neto:** O envolvimento de jovens com bebidas, a mistura com direção que muitas vezes acaba em acidentes.

**Patrícia Nobre:** Saiba como se proteger dos raios, tão comuns nessa época do ano.

**Casemiro Neto:** Um crime bárbaro no interior do estado: uma criança é violentada e morta, a mãe diz que o principal suspeito é o pai da menina.

**Patrícia Nobre:** Esses e outros assuntos agora, no *Bahia Meio Dia*.

(*BMD*, 03 de abril)

Os temas mais comuns no *BMD* são os que podem ser enquadrados sob a premissa de prestação de informações de utilidade pública e orientação, como matérias sobre saúde, previdência, trânsito, comportamento, segurança e violação de leis e direitos, que dão deixo para outras matérias de mesmo tema, e para o aprofundamento do tema e orientação da audiência por especialistas, em entrevistas ao vivo, no estúdio. É muito comum a veiculação de matérias que cobrem protestos, greves e manifestações, em que o telejornal se põe, em geral, ao lado dos manifestantes que cobram soluções dos dirigentes, o que novamente



nos remete a uma aproximação da comunidade característica de uma proposta de *jornalismo comunitário*. Matérias e notas que relatam assaltos, assassinatos e outros crimes violentos, ou que dão seguimento a matérias apresentadas anteriormente também são muito freqüentes, mas parecem ganhar espaço apenas pelo seu valor como notícia por atentarem contra o bem comum, numa perspectiva do “Poder Moderador de Albuquerque” (1999) sem ser o foco do programa.

Lazer e cultura também são temas relativamente freqüentes, sendo comum a apresentação de matérias de lazer que cobrem eventos ou apresentam alternativas de entretenimento para o fim de semana, dentro dos quadros especiais *Agenda* e *Agendinha*. Sobre cultura, são comuns as entrevistas em estúdio levando bandas que tocam ao vivo, e artistas que se apresentarão na cidade, o que configura a atualidade na apresentação destes conteúdos. Os eventos promovidos ou realizados pela Rede Bahia são sempre anunciados e cobertos pelo *BMD*, ganhando, no mínimo dupla visibilidade<sup>18</sup>: antes e depois que ocorrem. O “Páscoa no Pelô”, conjunto de comemorações realizado no Pelourinho na semana de páscoa com o apoio da Rede teve sua programação divulgada em uma nota simples no dia 12 de abril, foi coberto por uma matéria no dia 13, e por nota no dia 14. São raras matérias sobre política, ciência e esportes – neste último caso pela apresentação de um programa de esporte logo depois do *BMD*, como previamente citado. Contudo, a seleção de notícias do *BMD* aponta também para a configuração de seu pacto, que está muito mais voltado para a prestação de serviço público e para a aproximação com a comunidade, trazendo o factual em seu conteúdo quase que apenas para compor o formato telejornalístico.

A observação dos formatos de apresentação da notícia mais utilizados no *BMD* – matérias, notas simples, notas cobertas e entrevistas em estúdio – também ajudam a evidenciar a configuração do programa a partir de seu pacto de *jornalismo comunitário*. É comum o uso de mapas para localizar repórteres que cobrem matérias *in loco*, ou relatam notícias por telefone – sempre próximos da comunidade em questão, e quadros com indicadores para apresentar dados em matérias e vagas de emprego e estágio, informações sempre divulgadas no

---

<sup>18</sup> Quando os eventos ocorrem por mais de um dia, continuam sendo anunciados e cobertos durante seu período de acontecimento.

programa. Durante a previsão do tempo, faz-se o uso de um mapa com animações gráficas que indicam o tempo e as temperaturas mínimas e máximas nas principais cidades do estado, e dos próximos três dias na capital. A apresentação destes dados, em diversos formatos, marca a capacidade de utilização de tais recursos pela emissora, além de reforçar uma premissa de ‘informação dos acontecimentos’, característica do jornalismo televisivo.

Os quadros e séries especiais de reportagens possuem vinhetas de apresentação que demarcam um momento diferenciado de leitura. No caso dos quadros, as vinhetas posicionam o espectador para momentos de enunciação que não fazem parte do formato comum dos telejornais, mas que caracterizam a *proposta popular* do programa e que, provavelmente, já são reconhecidos pela audiência mesmo sem a chamada do mediador. No caso das séries de reportagem, a vinheta marca o momento de reconhecer a continuidade do tema ou assunto ao longo das edições.

Embora o recurso “ao vivo” seja muito utilizado para afirmar a presença dos telejornais “onde as coisas acontecem, mesmo durante sua apresentação” no *BMD* ele é comum em acontecimentos agendados. Um exemplo disso foi a cobertura da inauguração de uma fábrica na Bahia com a presença do presidente da república, apresentada no dia 05 de abril. Outra forma de utilização do “ao vivo” é em entrevistas fora do estúdio com autoridades e especialistas. Este recurso pode ser entendido como uma forma de atualizar matérias que apresentam informações de utilidade pública, legitimando o que foi apresentado pelo programa com a voz do especialista, em tempo real, no seu local de atuação, ou com o acréscimo de dados de última hora, cedidos pelo próprio especialista. O “ao vivo” cede ainda um “caráter de verdade” aos fatos, vistos enquanto ocorrem e, por conseqüência, credibilidade à emissora, capaz de mostrá-los. O *BMD* fornece ainda imagens que mostram o tempo e o trânsito em tempo real, nas principais vias públicas da cidade. Mas o “ao vivo”, no *BMD* vai além dessa legitimação do poderio técnico e dessa aproximação tempo-espacial que tanto busca o jornalismo atual. Na apresentação dos seus quadros especiais *Procurado Trabalho* e *Desaparecidos*, o “ao vivo” representa um investimento no sentido de proporcionar uma visibilidade do público no programa que legitima sua proposta de aproximação com a

comunidade em tempo real e, que mesmo dando visibilidade ao público dentro de uma determinada proposta, ajuda a reduzir a sensação de produção de conteúdos num processo em que a aparição da comunidade é sempre formatada para servir ao discurso noticioso.

Nos momentos de transmissão ao vivo, como nos quadros *Procuro Trabalho* e *Desaparecidos* entre outros, a logo da Rede Bahia, que está sempre presente no canto inferior direito como uma marca d'água durante a veiculação de programas da emissora, ganha cor, e é acompanhada pelos caracteres “ao vivo”, que reforçam a premissa de atualidade do telejornal e o poderio técnico da emissora. O mesmo acontece quando as notas cobertas e as matérias utilizam imagens antigas, e a logo vem acompanhada dos caracteres “arquivo”.

As matérias em geral são construídas a partir de um modelo que compreende a narração do acontecimento, que pode ou não conter humanização do relato se baseando na situação vivida por um personagem comum, o depoimento ilustrativo de cidadãos comuns, a explicação de especialistas no assunto e passagem do repórter no local, que cria referencialidade, reforçar a premissa de onipresença do jornalismo ou demonstra o poderio técnico da emissora em todo o estado.

A humanização pretende aproximar a audiência, que pode se identificar com a situação através do personagem que a encarna. No *BMD* as matérias são, por muitas vezes, construídas a partir da história particular de um cidadão comum, que exemplifica a situação compartilhada por uma parcela da população.

O depoimento do especialista presente em algumas matérias explica algum fato ocorrido, legitimando a versão apresentada, esclarece situações ou justifica o posicionamento de uma Instituição. A referência de um profissional que aparece nas matérias reforça um elemento característico do estilo de *jornalismo comunitário* do *BMD* – orientar a audiência através das notícias.

Na matéria de 11 de abril que cobre a Campanha Internacional sobre a doença de Parkinson podemos exemplificar muitos dos elementos que compõem este formato muito usado as narrativas do *Bahia Meio Dia*:

**Casemiro Neto:** Uma doença que ainda não tem cura, afeta o sistema nervoso e é pouco conhecida. Para alertar a população sobre os sintomas e o tratamento do Mal de Parkinson a Academia Brasileira de Neurologia participa em Salvador e em outras onze cidades brasileiras da Campanha Internacional sobre a doença.



Figura 11

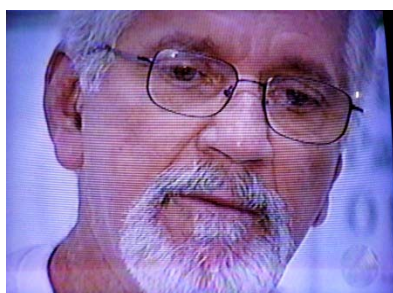


Figura 12

**Off do repórter:** Jornalista, fotógrafo, professor aposentado e velejador. Aos setenta anos, Seu Aílton Sampaio leva uma vida normal mesmo sofrendo de Mal de Parkinson, doença que atinge o sistema nervoso central e compromete os movimentos.

**Aílton – Jornalista**<sup>19</sup>: É recomendado que você não pare de fazer exercícios físicos, então eu passei a fazer musculação, hidroginástica, fazer todas as atividades que eu podia fazer. Isso realmente melhora o quadro. Com Parkinson você pode fazer tudo e deve fazer tudo. Tudo que tiver vontade de fazer você deve fazer, não ficar preso dentro de uma casa, porque isso só vai complicar a doença.



Figura 13

**Off do repórter:** Na Bahia não existem números precisos sobre o Parkinson, mas estima-se que só em Salvador 2.700 pessoas tenham a doença. Até uma associação foi criada para ajudar os pacientes.

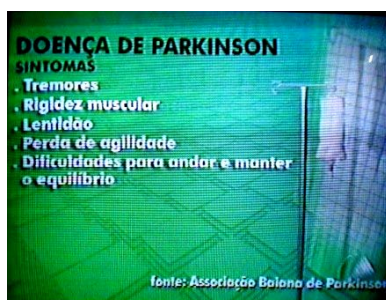
**Eva Brito – Associação Baiana do Parkinson:** A nossa missão é ajudar e orientar o portador de Parkinson (para que) possa ter uma integração melhor na sociedade e descobrir que ele é uma pessoa normal e que pode buscar os caminhos de tratamento com uma finalidade de ficar assim: integrado e feliz.



Figura 14

<sup>19</sup> Crédito nos caracteres do telejornal

**Off do repórter sobre quadro informativo:** Os sintomas de Parkinson são: tremores, rigidez muscular, dificuldades para andar e manter o equilíbrio.



**Figura 15**

**Ricardo Ishmael – Terreiro de Jesus, Salvador (Passagem do repórter):** Ainda não existe cura para o Parkinson, doença que atinge principalmente os idosos, mas



**Figura 16**

que também pode aparecer entre os jovens. O tratamento é à base de remédios, atividades físicas e, em alguns casos, cirurgia. Hoje, 11 de abril, foi o dia escolhido por médicos especialistas de todo o mundo para falar sobre a doença à população.

**Off do repórter:** A campanha Internacional de Parkinson levou médicos e voluntários ao Terreiro de Jesus em Salvador. Eles distribuíram material informativo e orientaram quem passava pelo Centro Histórico.

**Médico (sem crédito, falando com um idoso):** O que acontece com o indivíduo é que ele fica com dificuldade de caminhar muitas vezes, o braço fica com dificuldade de se movimentar e também há um tremor, é o que caracteriza. O tremor e a dificuldade para se movimentar, entendeu? (o idoso balança a cabeça num gesto positivo) E é uma doença do sistema nervoso. Tem medicamentos que tratam dessa doença e o indivíduo leva uma vida normal.



**Figura 17**

**Idoso (abordado pelo médico, também sem crédito):** Quer dizer que tem que procurar uma clínica...

**Médico:** ...especializada para o tratamento da doença de Parkinson.

(*BMD*, 11 de abril)

Situações que apresentam histórias de cidadãos comuns, como a de “Seu Aílton”, que representa a audiência dentro do *BMD*, são comuns principalmente em matérias que não se baseiam em um acontecimento pontual, mas que retratam algum problema “crônico” enfrentado por determinadas parcelas da população. Assim, a estratégia discursiva de humanização do relato se combina no *BMD* com conteúdos que caracterizam o *jornalismo comunitário*, e a posição do telejornal que se põe “ao lado” da comunidade, preocupando-se com seus problemas, orientando através da voz dos especialistas, legitimando suas posições através de depoimentos como o da representante da Associação Baiana de Parkinson e, através desta construção mostrando à população que conhece suas necessidades - mesmo através de casos que falam para parcelas específicas dela.

A apresentação de pontos de vista de cidadãos comuns parece mostrar a preocupação com a forma como são afetados por, ou vêem o fato apresentado. Praticamente não há matérias onde os cidadãos não apareçam opinando sobre o acontecimento relatado. Quando o assunto é controverso, a situação mais comum é a apresentação de depoimentos que defendam os dois lados da questão. Esta é também uma forma de construção da imparcialidade do telejornal, baseada no depoimento da própria comunidade, à medida em que procura mostrar as vozes que defendem pontos de vista divergentes. A presença constante do *vox-populi* nas matérias é mais uma estratégia de aproximação com a audiência, que pode ver sua opinião representada nas notícias. Em matéria de 06 de abril, chamada na escalada por dados numéricos “Mais de 7 mil motoristas baianos foram reprovados no teste de renovação da carteira de habilitação”, o enfoque dado na narrativa aponta para a valorização de opiniões divergentes de cidadãos que se submeteram ao exame ou curso de direção defensiva, necessário à quem tirou a habilitação antes de 1999<sup>20</sup>:

---

<sup>20</sup> Mesmo que a ausência de creditação da segunda sonora possa representar o posicionamento do telejornal, que denuncia já na chamada, pelo texto verbal e pela entonação de voz do apresentador com um sutil tom de indignação frente aos dados que lhe dão base, a matéria está baseada nos depoimentos, no *vox-populi*.

**Antônio Barreto – bancário:** Uma pessoa que nunca se envolveu em acidentes tem que fazer uma reciclagem. Eu não acho correto não.

(...)

**Depoimento sem crédito (que fecha a matéria):** O trânsito, ele nos causa várias surpresas a cada dia, e você precisa estar preparado. Então, eu acho importante você estar sempre procurando aprender, se reciclar e se educar para o trânsito.

(*BMD*, 06 de abril)

O pacto de *jornalismo comunitário* pode ser visto ainda através da construção do discurso das notícias do *BMD*, feitas para “os cidadãos”. As matérias, em geral, possuem dois enquadramentos: o de prestação de informações de utilidade pública, e o de vigilância do poder público. Em ambas situações, o *BMD* parece procurar se posicionar ao lado da comunidade, e tratar os espectadores como cidadãos, com narrativas que buscam informá-lo sobre suas obrigações, esclarecer seus direitos, denunciar alguma ameaça a seu bem-estar ou lhe dizer que há algo errado no cumprimento das obrigações e deveres do poder público.

Em matéria que foi ao ar no dia 03 de abril, relatando as más condições das estradas que ligam os municípios baianos, as sonoras do *vox-populi* confirmam o tom de denúncia/vigilância em prol do bem-estar da comunidade (ou parte dela):

**Reginaldo Ribeiro – motorista:** Ave Maria, se tá ruim! É só precisão, a gente só passa mesmo se for urgente, mas não tem nem coragem de lembrar que tem que passar aqui porque é buraco demais!

(*BMD*, 03 de abril)

Apesar da matéria divulgar o andamento da ‘Operação Tapa-buraco’, a metáfora, o uso do advérbio de intensidade no *off* do repórter e a passagem com o

depoimento do ‘especialista’, cujos cortes de edição são perceptíveis a olhos leigos denuncia o tom de cobrança da matéria:

**Off do repórter:** Neste trecho da BR 324 entre Feira de Santana e Tanquinho 30km de pistas continuam praticamente intransitáveis. Uma situação que já se arrasta por mais de 3 anos, causando muitos transtornos aos motoristas.

(...)

**Repórter:** Quanto tempo (leva) essa obra aí?

**Raimundo Barbosa – mestre de obras (da Operação, entrevistado *in loco*):**

É... isso aí é imprevisível. (corte brusco) Depende de tempo, de chuva... mas não vai demorar...

(BMD, 03 de abril)

As passagens que levam ao ar o depoimento de especialistas em geral defendem os direitos ou reafirmam os deveres dos cidadãos, e as que dão visibilidade a representantes de parcelas da comunidade ou de cidadãos comuns por vezes cobram providências. Contudo, quando o tom da própria narrativa é de cobrança e vigilância, as respostas ou satisfações das autoridades responsáveis não têm destaque ou voz representada no VT, sendo geralmente dadas pelo apresentador, no fechamento da matéria. Em 11 de abril, Patrícia Nobre relata a nota pé da matéria que leva ao ar as reclamações de moradores do Jardim Brasil sobre a intensificação do tráfego na região devido ao número de bares: “A SET – Superintendência de Engenharia de Tráfego – disse que a fiscalização já foi intensificada, principalmente de quinta à domingo, quando o movimento é mais intenso.”

Outro elemento que legitima o posicionamento de “cidadão” solicitado aos espectadores pelo programa dentro das matérias é o crédito. Os depoimentos, quando creditados são sempre feitos com o nome, sobrenome e profissão do entrevistado, e as autoridades/especialistas no assunto, a partir de seu cargo ou função. O crédito dos depoimentos através da profissão é mais um indício de que o



*BMD* posiciona seus espectadores, primariamente, como cidadãos com papéis sociais dentro da comunidade<sup>21</sup>.

As entrevistas ao vivo à especialistas, quase sempre realizadas em estúdio<sup>22</sup> cumprem muitas vezes a função de orientar a comunidade. No dia 08 de abril o vice-presidente da Associação Nacional de Médicos Peritos da Previdência, entrevistado no estúdio, esclarecia as dúvidas sobre os processos de solicitação de benefícios do INSS que demandam realização de perícia médica – quais são eles, quais os procedimentos necessários para dar entrada, quais os casos em que há possibilidade de obtenção.

Há espaço, no *BMD*, para dois tipos de entrevistas: as que chamamos “entrevistas de prestação de informações de utilidade pública”, com especialistas que esclarecem e orientam a audiência, e as “entrevistas culturais”, realizadas com artistas e personalidades – atores e atrizes, autores, bandas, diretores, músicos, jogadores de futebol, etc. Mas a diferença não está simplesmente na fonte das entrevistas. Embora todas sejam marcadas por diálogos menos formais do que o padrão telejornalístico comum – com uma linguagem que tem a intenção de estabelecer uma aproximação com o público, caracterizando um esforço particular de seu estilo para dentro do pacto de *jornalismo comunitário* – nas entrevistas culturais o clima de descontração e informalidade é ainda mais marcante.

Nas entrevistas a atualidade é construída a partir da existência de algum acontecimento recente – no caso de bandas, apresentações na cidade na mesma semana ou dia em que aparecem no programa, no caso de atores, peças em cartaz ou em estréia no período, no caso de especialistas, algum evento que estejam participando/promovendo na cidade.

As entrevistas culturais com músicos, principalmente bandas, são realizadas num espaço separado, onde o apresentador e convidados geralmente conversam

---

<sup>21</sup> O crédito dos repórteres, presumivelmente já reconhecidos em seu papel social, é feito pelo nome e sobrenome acompanhados do local em que ele fez a passagem. Este recurso reforça uma premissa de onipresença do jornalismo, e demonstra o poderio técnico da emissora: os repórteres parecem estar em todo o estado, onde os fatos acontecem, quando possível, enquanto eles acontecem

<sup>22</sup> Não é incomum repórteres entrevistarem especialistas ao vivo em seu local de trabalho.

de pé<sup>23</sup>, e a banda está preparada para se apresentar. É comum a apresentação de trechos de músicas durante a entrevista, e no final do último bloco. O Programa exhibe ainda videoclipes ou trechos de shows de algumas bandas entrevistadas, normalmente quando elas não “dão uma palhinha” ao vivo. Apesar do tom das entrevistas ser, de um modo geral, de “bate papo”, durante as entrevistas culturais o diálogo ganha um tom ainda mais informal, como podemos ver na entrevista de 06 de abril:

**Casemiro Neto:** A banda baiana Adão Negro está aqui com a gente... Metade da banda, digamos. Sérgio Cassiano e Marcos Guimarães. E o resto, tá onde Serginho? (na verdade estão apenas dois integrantes, dos sete da banda).

**Sérgio Cassiano:** Dormindo. (Imita um telefone com as mãos) Olha, não vai dar pra chegar!

**Casemiro Neto:** Que galera preguiçosa é essa, meu irmão? (com um pesado sotaque baiano)

**Sérgio Cassiano:** É que você sabe: o reggae começa tarde, vamos dormir tarde...

**Casemiro Neto:** Aaaah... tá bom!

(BMD, 06 de abril)

**Figura 18**



Nas entrevistas de prestação de informações de utilidade pública os apresentadores procuram aprofundar temas cuja discussão pode ser útil aos telespectadores. Apesar de se manter uma determinada distância formal com os especialistas convidados para preservar um grau de objetividade, o tom informal não é incomum, pela intenção de aproximar a audiência do conteúdo. No dia 11 de abril, em entrevista ao Dr. Hugo Maia filho sobre a tensão pré-menstrual (TPM), após uma matéria de “aquecimento” sobre o assunto, Casemiro Neto se coloca no lugar dos espectadores, a partir de uma situação vivenciada por ele próprio, e relatada com um tom de humor que parece desnecessário para configurar uma linguagem mais popular:

---

<sup>23</sup> Outro formato de organização deste espaço, quando não há a apresentação ao vivo das bandas, é com os entrevistados sentados em banquinhos baixos, e o apresentador numa poltrona também baixa.

**Casemiro Neto:** O que é que nós, homens, podemos fazer para ajudar as mulheres que têm TPM? (faz um gesto com as mãos apontando para Patrícia Nobre)

**Patrícia Nobre:** Casemiro está sofrendo muito desse mal... (risos)

**Casemiro Neto:** Eu tenho três dentro de casa!

**Patrícia Nobre:** Filhas, né Casemiro?

**Casemiro Neto:** Bom, uma mulher e duas filhas! (ri, dá língua, num gesto debochado)

(BMD, 11 de abril)



**Figura 19: Casemiro aponta para Patrícia Nobre**



**Figura 20: Casemiro ri, em deboche**

A presença de um convidado para entrevista no estúdio nem sempre pode ser associada a algum “acontecimento”, mesmo pela freqüência com que este tipo de entrevista acontece no programa – quase diariamente. Nestes casos, a atualidade jornalística é construída a partir de matérias sobre o assunto veiculadas no dia da entrevista, dando brecha sua realização. Em entrevista realizada no dia 06 de abril, com o cientista Elsimar Coutinho, sobre reposição hormonal, a atualidade é construída através de uma matéria com informações e dados que fazem um “aquecimento” do tema. Sua atualidade é construída através da informação dada no seguimento da entrevista, sobre a realização de um congresso sobre o tema em Salvador, na mesma semana do programa.

A entrevista feita com o vice-presidente da Associação Nacional de Médicos Peritos da Previdência, já citada, apareceu encadeada com a matéria sobre o fim do mutirão de perícias da previdência, no sábado anterior – que dá atualidade ao

tema. Contudo, as perguntas não se concentram no evento relatado na matéria, mas sim nos procedimentos da perícia, e nas doenças que mais afetam os trabalhadores. Isso demonstra que, no *BMD*, o tema levado ao estúdio para entrevista se dá a partir do “jornalismo baseado em fatos”, mas tem a pretensão de ir além, construindo um aprofundamento que acontece no diálogo com especialistas, guiado num tom que busca aproximar a audiência a partir da linguagem e orientar ou esclarecer dúvidas assumidas como do público, além daquelas enviadas ao programa. Isso reforça, mais uma vez, o caráter *comunitário* da proposta do programa.

Outra marca do pacto sobre qual o papel do jornalismo do *BMD* é a interatividade com o público na realização das entrevistas. A abertura para o envio de perguntas se constitui como uma forma de legitimar a prestação de informações de utilidade pública à sua audiência, que ganha voz dentro da construção destes quadros. Ao início de cada entrevista os apresentadores dão o telefone e e-mail do programa para envio de perguntas, que geralmente são levadas ao especialista convidado no segundo bloco da entrevista. Os autores das perguntas são identificados por nome, sobrenome e bairro, e quando pertinente ao assunto, por idade e/ou profissão. Assim, os espectadores podem se ver representados no programa pela sua própria voz, embora alguns peçam para não serem identificados, o que também mostra que o telejornal preserva sua audiência quando solicitado, mas não deixa de representá-la, solicitando ao especialista respostas para suas dúvidas.

Uma questão interessante referente às entrevistas é o fato de especialistas da área de saúde se apresentarem geralmente trajados com o jaleco, vestimenta que usam em sua atividade profissional, um recurso para referenciar o entrevistado, que pode ser imediatamente reconhecido pelo público como tal. Outra separação de competências é construída pelas posições: os apresentadores sempre permanecem de um lado da bancada e o entrevistado/convidado do outro, como se quisessem tornar clara a separação entre os campos – jornalístico e demais. Isso, com exceção do programa de sábado, em que Patrícia Abreu apresenta, num bate-papo, as matérias do Bahia Esporte do lado “vazio” da

bancada, reservado a entrevistados. Aqui essa separação pode ser justificada como uma divisão entre quem faz e quem participa do programa.

O *BMD* parece legitimar seu pacto *comunitário* – através da prestação de informações e serviços de utilidade pública também através dos seus quadros especiais, *Procuo Trabalho* e *Desaparecidos*. O *Procuo Trabalho* – conhecido também como “Desempregados” – é apresentado às segundas-feiras por Patrícia Nobre, que entrevista, ao vivo, do Campo Grande, pessoas em busca de trabalho e especialistas e autoridades que falam sobre mercado de trabalho e direitos e deveres dos trabalhadores. O objetivo do quadro busca dar visibilidade ao tema – um problema enfrentado pela comunidade – através da ajuda a “profissionais que procuram serviço”.

Chamada por Casemiro Neto, a partir de um telão no estúdio, Patrícia Nobre aparece na Praça do Campo Grande, no centro da cidade, ao lado de uma fila de candidatos a postos de trabalho. A apresentadora, aqui na função de repórter, solicita ao entrevistado que informe seu nome, a experiência que possui, e a vaga de trabalho desejada. A apresentadora-repórter também solicita, por vezes, informações mais detalhadas, às vezes “técnicas”, para tentar legitimar a capacidade do entrevistado em desenvolver a função.



**Figura 21: Chamada pra quadro ao vivo**



**Figura 22: Patrícia Nobre apresenta *Procuo Trabalho***

**Patrícia Nobre:** O *BMD* volta aqui ao vivo da Praça do Campo Grande. A gente conversa com profissionais que procuram serviço.

**Patrícia Nobre:** Tudo Bem? Seu Nome?

**Entrevistada:** Geovânia Borges.

**Patrícia Nobre:** Procurando trabalho pra quê?

**Entrevistada:** Auxiliar de serviços gerais, lavanderia ou doméstica.

**Patrícia Nobre:** De que é que você entende mais?

**Entrevistada:** De Lavanderia.

**Patrícia Nobre:** Entende mesmo viu? (para a câmera) Ela tava aqui falando da roupa de todo mundo! A minha, por exemplo, lava como? (para a entrevistada)

**Entrevistada:** Ou lava a seco, ou enxuga no ventilador, porque não pode ser passada a ferro.

**Patrícia Nobre:** Viu? Ela entende mesmo do serviço! Boa sorte então!

(*BMD*, 03 de abril)

As perguntas são feitas sempre em um tom informal e otimista, segundo perceptível também nas matérias sobre oportunidades do mercado veiculadas neste dia da semana, em geral contendo orientações sobre direitos e deveres dos trabalhadores, ou depoimentos de candidatos confiantes e de empregados e empregadores que dão dicas de como conseguir vagas e se manter no mercado. A positividade, presente também nos termos utilizados pelos apresentadores – “profissionais em busca de trabalho”, ao invés de “desempregados” – que parece querer estimular os “candidatos às vagas do mercado”, revela um pouco mais do posicionamento do programa, que se coloca não apenas no lugar do, mas ao lado do telespectador, seja para informar, responder a dúvidas, cobrar soluções, prestar serviços ou até animá-lo na busca por um emprego. Desta forma, o *BMD* se insere na comunidade, buscando realizar um papel mais ativo na intenção de ajudar a solucionar os problemas vivenciados por ela.

Durante o quadro Patrícia Nobre ainda relata vagas de trabalho disponíveis a partir de agências de emprego, e chama quadros informativos com dados de mesmo teor, que apresentam as vagas, os pré-requisitos, o endereço da agência de empregos e, por vezes, os salários. O número de entrevistadas varia a depender da demanda – durante a análise da amostra vimos de três a seis pessoas por bloco. Durante a entrevista aparece na tela o nome e a vaga

pretendida pelo entrevistado, além de um telefone de contato padrão, para evitar a exposição dos participantes<sup>24</sup>.

O *Procuvo Trabalho* tem vinheta própria, vai ao ar por duas vezes durante o *BMD*: no segundo bloco, anunciado por Casemiro Neto, e abrindo o quarto bloco, e dura cerca de seis minutos na soma dos dois blocos. Embora a amostra de desempregados “ajudados” seja pequena – cerca de seis entrevistados por programa – e praticamente insignificante diante do número de desempregados no estado<sup>25</sup>, o que parece contar aqui é a proposta de interação com a comunidade, que se vê representada ao vivo e percebe a oportunidade de ganhar voz no programa, e a legitimação do papel de prestação de serviços que representa o papel ativo característico de uma proposta retórica de *jornalismo comunitário*.

O quadro *Desaparecidos*, apresentado às quartas-feiras, também potencializa a prestação de serviços, além de mostrar a audiência dentro do programa. Produto do *BMD*, o quadro foi criado em agosto de 2001. Segundo Núbia Tawil, editora-chefe do telejornal, o *Desaparecidos* surgiu a partir de uma iniciativa de dar visibilidade às inúmeras fotografias de pessoas desaparecidas enviadas à produção do programa<sup>26</sup>. Na ocasião, foi marcado um “encontro” com os solicitantes, na Praça da Piedade, para a realização de uma entrevista coletiva para mostrar as fotos dos desaparecidos. Desde então, devido à demanda crescente e à audiência, criou-se o quadro fixo, que já foi adotado por outras emissoras afiliadas e pela TV Angola, na África<sup>27</sup>.

A entrada do quadro é no segundo bloco, a partir da chamada de Patrícia Nobre pelo telão do programa. Casemiro Neto aparece, ao vivo, na Praça da Piedade, onde estão dezenas de pessoas que buscam a oportunidade de falar. Durante cada entrevista é exibida a foto da pessoa desaparecida, e feito o relato da situação e local de desaparecimento. Em geral, quem busca são parentes dos *Desaparecidos*, e em alguns casos, como os que parecem constituir abandono de

---

<sup>24</sup> Informação relatada por Núbia Tawil, editora chefe do programa à autora, em questionário enviado em 18 de abril, por e-mail, e respondido no dia 20 do mesmo mês.

<sup>25</sup> Somente na região metropolitana de Salvador havia 432 mil desempregados no mês de março, 24,7% da População Economicamente Ativa, segundo dados do Dieese:

<http://www.dieese.org.br/ped/ssa/pedssa0306.pdf>

<sup>26</sup> Ver nota de rodapé número ‘5’.

<sup>27</sup> Idem.

lar ou fuga de crianças e adolescentes, Casemiro Neto, pergunta se houve briga ou alguma situação que “provocasse o desaparecimento”.

Neste quadro podemos ver a tentativa de comoção dos telespectadores, quando Casemiro Neto pede para que parentes emocionados façam “um apelo” ao desaparecido, pedindo que volte para casa ou dê notícias. Neste momento, o plano da câmera passa do americano para o close do rosto do entrevistado, que em geral se emociona e chora diante das câmeras. Esta solicitação, que aparece num tom de tentativa de ajuda, pode ser também interpretada como um apelo sensacionalista do programa, visto que momentos como este – de comoção do depoente – ganham enquadramento de câmera em close não apenas no quadro especial, mas também durante depoimentos em matérias do telejornal.



**Figura 23: Vinheta**



**Figura 24: Casemiro entrevista mãe de desaparecido**



**Figura 25: Foto do desaparecido e depoimento da mãe**



**Figura 26: Apelo de parente comovido em close**



No *Desaparecidos* não há creditação dos entrevistados, e Casemiro parece buscar entrevistar o maior número possível de pessoas, de forma sucinta, pelo que pede, algumas vezes, desculpa aos telespectadores, se dirigindo para a câmera: “Eu tô correndo porque tem muita gente ainda para falar” (*BMD*, 05 de abril). Durante as abordagens, Casemiro Neto toma nas mãos a foto do desaparecido para o enfoque da câmera, que dá um close e congela a imagem por alguns segundos. Neste momento, por algumas vezes aparece, por cima da fotografia congelada, um quadro no canto inferior direito da tela, com as imagens da entrevista ao vivo. Este recurso também é utilizado quando, em entrevistas no estúdio, o áudio é coberto por alguma imagem relacionada ao tema.

O *Desaparecidos* possui vinheta própria e é apresentado em dois blocos, sendo chamado no segundo por Patrícia Nobre, e abrindo o quarto bloco, como ocorre com o quadro “*Procuro Trabalho*”. O caráter de tentativa de ajuda é reforçado pelo texto verbal dos apresentadores quando chamam ou introduzem o quadro: “De volta aqui na Praça da Piedade, quarta feira, dia de solidariedade, dia de ajudar a localizar desaparecidos” (Casemiro Neto, *BMD*, 12 de abril). A duração do quadro depende do conteúdo geral do programa – na amostra analisada, cerca de 7 minutos do tempo total do programa. Os quadros especiais e entrevistas geralmente têm um tempo maior no quarto bloco. A suposição é de que, até chegar ao último bloco, se mantenha um ritmo de apresentação encadeado com as matérias baseadas na factualidade e na atualidade. Assim, no segundo bloco, os quadros costumam ganhar o mesmo espaço de uma matéria – aproximadamente dois minutos.

Apesar de ter como premissa básica informar, jornalisticamente, telespectadores de todo o estado, o *Bahia Meio Dia* não fala sempre para qualquer baiano. Suas matérias de serviço e suas entrevistas estão voltadas para públicos específicos. Embora não falte “o que os baianos não podem deixar de saber que aconteceu, está acontecendo ou acontecerá”, os conteúdos que caracterizam o estilo próprio do programa parecem ser oferecidos com muita frequência para determinados públicos. As matérias, em geral, retratam soteropolitanos. O jornal apresenta quase que diariamente quadros informativos com vagas de estágio, e semanalmente, pelo menos uma entrevista com bandas de público jovem. É muito

freqüente matérias que tratem de aposentadoria e previdência, e que dêem alternativas culturais específicas para “levar as crianças”. É comum vermos no ar entrevistas que investigam questões de saúde da mulher e crianças, além de perguntas que contemplam os idosos. Os quadros apresentam sempre a prestação de serviços para as camadas populares da comunidade, e elas são as que mais aparecem nas passagens. Obviamente, isso não se remete à totalidade de assuntos abordados fora do factual. Contudo, parece que existe um interesse constante em responder à demanda do que seria interessante e útil para estes espectadores.

O BMD é apresentado pelo casal de jornalistas Casemiro Neto, na Rede Bahia há 15 anos, apresentador do programa há seis, e por Patrícia Nobre, na Rede há nove anos, no programa desde agosto de 2005. Contudo, pela própria estrutura do programa, ambos costumam aparecer juntos no estúdio apenas na metade dos dias da semana. Na segunda-feira Patrícia Nobre está no Campo Grande, para apresentar o quadro *Procuo Trabalho*, na quarta-feira Casemiro Neto está na Praça da Piedade, apresentando o *Desaparecidos*, e no sábado é mais comum ver apenas um dos dois no estúdio, ou ainda algum outro apresentador da rede. Wanda Chase é outra mediadora, presente no programa apenas às sextas-feiras, apresentando o quadro *Bastidores*, com notícias sobre artistas baianos. Embora apresente o quadro direto do estúdio, Wanda aparece num ambiente fora da usual bancada, à frente de um telão por onde chama suas matérias e onde aparecem as imagens que cobrem suas notas.

O quadro *Bastidores* possui um formato menos formal, apresentando, inclusive, conteúdos produzidos pelos próprios artistas, como uma matéria feita por Ivete Sangalo em sua ida à Espanha para gravação de músicas no idioma local. A própria apresentadora do quadro usa um figurino informal – camisa e jeans – e faz uma narração coloquial em suas notas: “Sabe a Daniela? Chegou Ontem do Rio e de São Paulo...” A narrativa se apresenta para uma audiência que reconhece o quadro, ou pelo menos está familiarizada com as personalidades em evidência – Daniela = Daniela Mercury. Presume-se aqui o reconhecimento da jornalista e de sua função como apresentadora de um quadro de entretenimento, num “clima” que não nos permite confundi-la com os apresentadores “oficiais” do *Bahia Meio Dia*, e

que parece trazer a intenção de separar o teor de suas notícias com o das demais, construídas com premissas de uma objetividade e neutralidade não tão necessárias no tom de “fofoca” do *Bastidores*.

O programa não possui comentaristas, e não há uma valorização visível do trabalho individualizado dos repórteres, que aparecem apenas em passagens nas matérias, num formato padronizado que nos remete à idéia de que fazem parte do telejornal, mas sem ganhar destaque dentro dele. A série especial de reportagens “Comida e Religião”, apresentada na semana da páscoa com narrativas sobre o vínculo do alimento às entidades de diversos cultos, foi integralmente reportada por Georgina Maynard. Contudo, o destaque nas cabeças e chamadas é sempre para seu conteúdo, em nenhum momento para a repórter. Assim, podemos inferir que a competência na construção do telejornal pode ser mais comumente associada à emissora ou ao *BMD*, e não aos repórteres de forma individual.

Na abertura de cada bloco vê-se um plano geral da área da bancada, onde ficam os apresentadores, e um zoom os aproxima enquanto eles cumprimentam os telespectadores. No fim do primeiro, terceiro e quarto bloco, a imagem é contrária, o zoom abre dos apresentadores até mostrar um plano mais aberto. O segundo bloco sempre é encerrado com a previsão do tempo, seguida de imagens do tempo, os demais blocos, quando encerrados a partir do estúdio e não de quadros especiais, são encerrados com imagens do trânsito, e do anúncio que identifica as imagens e diz a hora. Aparece ainda na tela a logo do programa, a temperatura média na capital e a hora, com minutos e segundos.

Os repórteres são enquadrados sempre em plano americano, os apresentadores em plano americano ou plano próximo. Os cidadãos comuns entrevistados dentro das matérias aparecem também em plano americano ou plano próximo, e em close se por ventura a imagem mostrada tenha algum apelo emocional, como uma pessoa chorando.

Os especialistas ou autoridades que aparecem nas matérias são enquadrados também em plano americano ou plano próximo. Durante as entrevistas no estúdio, cinco enquadramentos de câmera se alternam, dando uma sensação de dinamização do diálogo. Pode-se ver o plano americano dos apresentadores (1) o plano aberto com todos e a bancada do programa (2) reforçando a idéia de diálogo, o plano médio do apresentador (3a) ou do entrevistado (3b), um plano médio em que o entrevistado aparece de costas e ambos apresentadores de frente para a câmera (4) e um plano do perfil do entrevistado com o apresentador de frente para a câmera (5).

**Figuras 27 a 32**



**Plano 1**



**Plano 2**



**Plano 3a**



**Plano 3b**



**Plano 4**



**Plano 5**

Os apresentadores, em estúdio, aparecem sempre em trajes formais: Casemiro Neto com terno e gravata, Patrícia Nobre de terninho. Os repórteres, em geral, também costumam aparecer nas passagens seguindo os padrões da Globo, cabelos com cortes e volumes discretos, e maquiagem leve, produzindo rostos com aspecto “natural” e, ao mesmo tempo, formal. Mas isso não é regra. Em algumas situações que parecem não demandar a formalidade em questão, como em feiras livres, no meio de enchentes, ou em matérias sobre meio-ambiente e esportes – que são raras no programa – e de entretenimento e lazer, os trajes dos repórteres

nas passagens são sempre menos formais: homens de camisas de botão ou gola pólo e mulheres de jeans e camisa de botão ou batas. Assim também é o figurino de Wanda Chase, na apresentação do quadro Bastidores.

A marcação da diferença é evidente: o relato em algumas situações, além de cultura, entretenimento e esporte não parece ter que carregar a formalidade necessária em algumas ocasiões para legitimar a posição do jornalismo vigilante e de prestação de serviços. Naquelas matérias, o próprio tom da narração é mais leve, a construção das matérias esportivas e de “fofoca” e bastidores dos artistas têm algo de humor, estas últimas, têm um caráter ainda mais marcado pela informalidade de quem “conta uma novidade” e não pelo tom que busca passar a neutralidade e a objetividade de quem relata um acontecimento ou está à frente do telejornal.

Casemiro Neto e Patrícia Nobre quando ao vivo, apresentando os quadros especiais, também usam roupas menos formais. No entanto, neste caso, a justificativa parece ser outra: Patrícia Nobre e Casemiro Neto se convertem em repórteres nas ruas da cidade, e talvez essa mudança de figurino busque uma desmistificação da formalidade dos apresentadores, que, fora do estúdio, se aproximam e interpelam diretamente o público – seus espectadores em potencial. Contudo, sempre é mantido um certo aspecto formal, seja pela camisa social e gravata de Casemiro Neto, ou pela calça social e camisa de botão de Patrícia Nobre, que nunca se permitem alcançar a informalidade do jeans de Wanda Chase ou da pólo dos repórteres de esporte, meio-ambiente e lazer.

O casal de apresentadores pode parecer refletir o modelo Fátima Bernardes – William Bonner, mas aqui há uma interação mais explícita e menos formal entre eles. Durante as entrevistas é comum o tom de brincadeira e risos entre eles, o que pode ser interpretado como a intenção de aproximar a audiência através do uso exemplos que remontam uma situação e um linguajar mais popular, menos “jornalístico”. No dia 06 de abril, em entrevista no estúdio com o médico e cientista Elsimar Coutinho, sobre reposição hormonal, Casemiro Neto brinca com Patrícia Nobre:

**Casemiro Neto:** Doutor, aquela mulher ou aquele homem que a gente fala que é mais fogosa ou fogoso...

**Patrícia Nobre:** Que tem a libido mais forte...

**Casemiro Neto:** Que é mais fogosa! Aquela mulher... Patrícia é fogosa como o quê! – Digamos assim.

**Patrícia Nobre:** Olha! Mas que ousadia!

**Casemiro Neto:** To dando um exemplo né? (risos)

(*BMD*, 06 de abril)

O texto verbal do programa, em conjunto com outras características de endereçamento já analisadas nos remetem a um tratamento formal das matérias, e um tom de bate-papo nos estúdios. Há uma tentativa de manter uma premissa de objetividade na narrativa dos acontecimentos – pelo uso constante da terceira pessoa e atribuição de opiniões e atos às autoridades concernentes / responsáveis.

**Patrícia Nobre:** Moradores do Jardim Brasil, na Barra, em Salvador, estão reclamando do tráfego de veículos na região. Eles dizem que o grande número de bares na área aumenta o fluxo de veículos e dificulta a circulação. Até quem mora no Bairro tem problemas para estacionar.

(...)

**Off do repórter:** Alguns bares, para tentar melhorar a situação já tentaram colocar à disposição dos clientes serviço de manobrista. Os donos das casas noturnas dizem que estão sempre em busca de melhorias para que convivam bem com os moradores e frequentadores do Jardim Brasil.

(*BMD*, 11 de abril)

Quando a imagem correspondente legitima o fato, ele é apresentado como discurso do repórter, mas quando se apresenta uma versão dele, esta é relatada por sua fonte, o que ajuda a garantir um nível de imparcialidade no discurso do telejornal. As narrativas mostram o uso de exemplos e a “tradução” de situações para uma linguagem popular, que pode ser compreendida por cidadãos de menos instrução. Vemos ainda a exploração de metáforas que presumem um saber

partilhado com a audiência, como quando Casemiro ‘traduz’ a “libido mais forte” em termos populares: “Patrícia é fogosa como o quê! – Digamos assim.”

Os apresentadores do *BMD* fazem uso de diversos modalizadores para interpelar, verbalmente, sua audiência. Os mais comuns são: “Você acompanha, a partir de agora, aqui com a gente”, “hora de ver”, “veja a seguir”, “não perca”, “confira”, “e veja ainda”, “até já”, “e agora”, “ainda”, “a gente volta num instante só”, “você, é claro, não vai perder mesmo” “de volta agora ao estúdio”, “você vê agora, amanhã”, “uma boa tarde para você”, “até amanhã”, e “o *Bahia Meio Dia* termina aqui”.

Embora o *BMD* possua dois apresentadores, é possível perceber que Casemiro Neto tenta personificar com maior força a “cara do programa”. É ele quem, na maioria das vezes, chama os quadros, introduz as entrevistas e chama as matérias de maior importância. É também Casemiro quem sugere com mais frequência a interpretação das notícias, com expressões faciais de reprovação, levantar de sobrancelhas e gestos de mãos e braços bem marcados durante a escalada e as chamadas. Ele ainda é um dos criadores e o apresentador do quadro *Desaparecidos*. Durante as entrevistas, ele parece guiar o fio do diálogo. Apesar de Patrícia Nobre também fazer perguntas ao convidado, em geral Casemiro utiliza um palavreado menos formal, numa tentativa de traduzir o diálogo com especialistas para uma linguagem popular.

Embora a tentativa de construir um discurso “com notícias numa linguagem acessível para todas as classes sociais”<sup>28</sup> seja mais um recurso que poderia legitimar sua proposta de *telejornalismo comunitário*, por vezes a postura dos apresentadores destoava do perfil formal assumido nos outros momentos do programa. Em alguns destes momentos temos a sensação de que há algo deslocado - “O que é que nós, homens, podemos fazer para ajudar as mulheres que têm TPM?” - Casemiro Neto faz um gesto com as mãos apontando para Patrícia Nobre, que responde prontamente em tom irônico - “Casemiro está sofrendo muito desse mal... (risos)”.

---

<sup>28</sup> Definição do programa no site oficial - <http://ibahia.globo.com/bahiameiodia/programa.asp>.

Apesar do *BMD* possuir dois apresentadores oficiais, não é incomum que outros apresentadores da emissora assumam este papel. Durante o mês de abril o programa foi apresentado ainda por Genildo Lawinsky<sup>29</sup> e Adriana Quadros, do *Jornal da Manhã*<sup>30</sup>. No papel de apresentador, Lawinsky conserva o tom do programa através da aproximação do relato com a linguagem popular, mas sem os excessos que pudemos observar na postura de Casemiro Neto e Patrícia Nobre. Em entrevista ao vivo com o vice-presidente da Associação Nacional de Médicos Peritos, no dia 06 de abril, o apresentador substituto “traduz” o linguajar técnico:

**Lawinsky:** Só para explicar o que é a doença do trabalho, quais as principais doenças de trabalho que os peritos encontram?

**Dr. Luís Argolo:** Por exemplo, a condição ergonômica...

**Lawinsky:** A cadeira, né?

(...)

**Lawinsky:** Um cidadão com uma L.E.R., ou que tem uma dor na coluna, por exemplo, e não agüenta sentar para escrever no computador. O que o médico faz, se a dor é subjetiva?

**Dr. Luís Argolo:** Ele (o médico) vai estar enxergando aonde ele trabalha, como ele trabalha e as condições ergonômicas. Porque, as vezes, e na maioria das vezes isso ocorre, o segurado pode estar com o reflexo de uma doença, mas quem está doente é o ambiente de trabalho.

(...)

**Lawinsky:** Como é que uma pessoa pode denunciar que a empresa, local ou ambiente de trabalho está, como o senhor chama, doente? Sem as cadeiras, sem móveis adequados para a pessoa trabalhar, oferecendo risco à saúde das pessoas?

(*BMD*, 06 de abril)

A substituição dos apresentadores oficiais nos ajuda a perceber que a postura menos formal – nos comentários e suposições “populares” de Casemiro

---

<sup>29</sup> Vide DVD com programa apresentado por Lawinsky

<sup>30</sup> Telejornal da Rede Bahia apresentado de segunda a sábado às 7 da manhã.



Neto e Patrícia Nobre – são dispensáveis para tornar a linguagem do telejornal mais “acessível”.

A proposta *comunitária* do programa, que por vezes carrega a formalidade do *Padrão Globo de Telejornalismo* – nos enquadramentos de câmara, no figurino e na permanência de uma postura formal no relato factual – traz em alguns dos elementos mais marcantes de seu estilo – as entrevistas guiadas no tom de bate papo e os exemplos que tornam a linguagem mais popular e o entendimento mais acessível – uma informalidade que não parece ser bem trabalhada pelos apresentadores. A sensação é de que o formato do programa funciona (os próprios índices de audiência refletem isso) mas que há um ‘deslocamento’ na posição dos apresentadores: desempenham bem a parte formal do papel que lhes cabe – inclusive na apresentação dos quadros ao vivo – mas parecem deslocados quando ocupam uma postura menos formal, que nós dá a impressão de ser forçada.

Todos estes aspectos parecem compor o estilo de um programa que se utiliza da factualidade para construir uma identificação dentro do gênero telejornal, mas que se configura a partir de premissas do *telejornalismo comunitário* de aproximação com a comunidade. Contudo, o jornalismo cívico que podemos ver aqui não abre espaço para a discussão - principalmente de questões políticas – assumindo majoritariamente um papel de orientar a audiência. Seu engajamento com a comunidade parece ser limitado pelo formato que pretende manter o padrão formal da emissora e, em algum grau, as premissas de objetividade e imparcialidade que definem um telejornal.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho – e a partir das discussões nos encontros do Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo – pudemos perceber que o operador mais relevante para a análise do modo de endereçamento do *Bahia Meio Dia* é o pacto sobre qual o papel do jornalismo. É através do pacto que se percebe qual relação pode ser estabelecida entre o programa enquanto telejornalístico e sua audiência. Assim, arriscamos dizer que todos os operadores nos permitem observar detalhes de como se configura a relação entre a audiência e o jornalismo em um dado programa – o seu pacto – e que a partir daí sabemos o que esperar e o que não esperar dele.

Na análise do telejornal um outro operador articula-se com o pacto sobre qual o papel do jornalismo, possuindo um significado mais relevante do que os demais: a relação com as fontes de informação. A ilustração da ‘voz popular’ através de sonoras contendo opiniões de cidadãos da comunidade ajudam a reforçar a relevância do assunto para a audiência local, e mostrar que há visibilidade e relevância para os pontos de vista dos cidadãos, o que ajuda a criar proximidade com a audiência. A comunidade está sempre presente não apenas em seu discurso, mas retratada e representada no conteúdo das matérias.

O depoimento de especialistas legitimando a versão apresentada ajuda a construir a credibilidade do telejornal, enquanto as entrevistas ao vivo no estúdio demonstram que o programa “ leva o especialista até a casa dos telespectadores”, que podem entrar em contato e relatar suas dúvidas. Esses recursos nos mostram como se configura a proposta *comunitária* do programa, que além de retratar o que acontece, leva ao ar um meio de responder às questões levantadas por suas matérias, e reforçar sua participação na construção de uma cidadania, através da orientação a sua audiência através de vozes “autorizadas”.

O operador “mediadores” também merece destaque. Como um programa que conserva o jornalismo factual em seu formato, mas que tenta adotar uma linguagem mais popular em suas entrevistas, o *Bahia Meio Dia* solicita de seus

apresentadores posturas que não parecem ser confortavelmente ocupadas por eles. Casemiro Neto, na Rede Bahia há quinze anos, e Patrícia Nobre, há nove, têm suas trajetórias profissionais marcadas por um jornalismo que caracteristicamente se configura por posturas formais, com uso de linguagem factual. Na apresentação dos quadros *Desaparecidos* e *Procura-se Emprego* – onde ambos aparecem como mediadores entre o “ao vivo”, o programa e a audiência – o formato mantém em certo nível a linguagem formal dos telejornais e esse deslocamento não acontece. Nestes quadros, a função *comunitária* está já no conteúdo, que busca dar visibilidade à parcela carente da comunidade. Já no tom de bate-papo que caracteriza a busca pela aproximação com a audiência através da linguagem, o papel a ser desempenhado pelos apresentadores soa forçado.

As piadas sexistas e o tom debochado de Casemiro Neto ao longo das entrevistas faz com que ele abandone sua postura formal - já conhecida pelo público pela sua trajetória na emissora e mantida no resto do programa – e assuma uma posição que não se encaixa em seu perfil como apresentador de telejornal. A mesma conclusão – em menor grau, pela posição de menor destaque do que a de Casemiro Neto – pode ser aplicada a Patrícia Nobre, com seus sorrisos, brincadeiras e “discussões” com Casemiro ao longo das entrevistas.

A proposta “dual” do *Bahia Meio Dia* – que mantém a formalidade no relato do jornalismo factual e busca quebrar o padrão formal da linguagem apelando a uma audiência mais popular no tom de bate-papo dos demais conteúdos – parece ser melhor desenvolvida quando o programa é apresentado por outros mediadores, como Genildo Lawinsky<sup>31</sup>. Sua postura ao longo da apresentação das notícias e da condução das entrevistas nos mostra que é possível adaptar o discurso jornalístico de uma forma que a linguagem usada seja mais popular, sem os excessos cometidos pelos apresentadores oficiais.

A análise do operador “temática, organização das editorias e proximidade com a audiência” contribuiu mais efetivamente na observação da seleção e organização dos temas para guiar o modo de endereçamento do *Bahia Meio Dia*. Isso porque a proximidade geográfica com a audiência é o que o caracteriza em

---

<sup>31</sup> *Bahia Meio Dia* veiculado em 08 de abril de 2006.

sua proposta, embora possamos perceber que o “local” fala, muitas vezes, para os soteropolitanos. Contudo, acreditamos que a existência de blocos elaborados por emissoras afiliadas de outras regiões do estado possa suprir a necessidade de matérias mais próximas de cada localidade. Através da organização dos quadros o *Bahia Meio Dia* nos apresenta a uma revista eletrônica diária, em que cada seção – representada pelos quadros especiais do programa – possui seu espaço para criar uma dinâmica que solicita o reconhecimento e a adoção de determinada posição de sua audiência. A temática nos diz de um programa cuja pauta contém o jornalismo factual, mas que está mais preocupado em contextualizar conteúdos que orientam os cidadãos sobre seus direitos e deveres, e as mães, idosos e jovens sobre diversos assuntos que podem lhe interessar, principalmente na área de saúde.

O “contexto comunicativo” do *Bahia Meio Dia* também nos remete a esse ‘dualismo’ do programa. Em um momento nos mostra um jornalismo factual – relatado da tradicional bancada por seus dois apresentadores – em uma linguagem formal, em outro, assistimos ao ‘bate-papo’ mais informal com os entrevistados. No momento da entrevista com especialistas, mantém-se a bancada, e a postura formal, apesar da ‘tradução’ do discurso para o popular. O contexto sugerido nos quadros ao vivo, que pregam a solidariedade à população desempregada ou em busca de desaparecidos, nos remete à proposta *comunitária*, quase integralmente dentro do padrão formal do jornalismo. Nas entrevistas culturais – como na apresentação de bandas musicais – a mudança de cenário e o linguajar despojado do mediador nos solicita um outra posição, que não é mais aquela de quem assiste o relato formal das notícias, ou é orientado por um profissional. O mesmo pode ser dito sobre o quadro *Bastidores*, a partir da informalidade no figurino da postura e da linguagem de Wanda Chase - que em frente ao telão interage com os apresentadores e chama matérias de ‘fofoca’ e novidades dos artistas – retratando, mais uma vez um tom mais leve, de conversa informal.

Em alguns momentos, vemos o *Bahia Meio Dia* marcado pela “imparcialidade” do jornalismo factual, em outros, ele se apresenta como um programa mais leve, de *telejornalismo comunitário*, buscando, dentro de seus limites, orientar e se aproximar da comunidade.

A análise do “texto verbal” nos remete diretamente à questão da linguagem. Através dele percebemos o “dualismo” entre momentos de relatos factuais em linguagem formal, e momentos de tentativa de aproximação com a parcela popular da audiência através do uso de uma linguagem menos formal. O texto verbal evidencia o deslocamento dos perfis dos apresentadores, quando nos mostra que em dado momento a fala está enquadrada nos formatos de apresentação a partir de um padrão típico do discurso dos telejornais, e em outro, permite o uso da linguagem coloquial, metáforas populares e comparações de humor popular por parte dos mesmos mediadores. É a observação das palavras e expressões utilizadas no texto das matérias em contraposição àquelas “permitidas” nas entrevistas que possibilitaram perceber que deveria haver uma separação mais clara entre os dois momentos, ou uma adaptação da linguagem do relato noticioso para acompanhar o tom de “bate-papo” – a questão é, de que forma o programa faria isso sem deixar de marcar seu texto com premissas de imparcialidade e objetividade.

O “formato de apresentação das notícias” nos mostra que o grande espaço dado às entrevistas, ao vivo do estúdio, com especialistas que respondem perguntas enviadas pelos telespectadores durante o programa é uma aposta no aprofundamento dos temas relatados e da interação com a audiência, que pode participar na elaboração do conteúdo. A realização dos quadros especiais ao vivo também reforça esse caráter de “participação” – quem “precisar de uma ajudinha” para buscar por desaparecidos ou um emprego sabe onde e quando pode encontrar.

Os “recursos técnicos a serviço do jornalismo” utilizados no telejornal analisado reforçam o poderio técnico característico do *Padrão Globo de Telejornalismo*, que pretende explorar que está ao alcance da tecnologia disponível para dar maior credibilidade à emissora e, por conseqüência, às suas afiliadas. Os “recursos da linguagem televisiva” não apresentam inovações que mereçam destaque, com uma pequena ressalva para os closes de câmera, que reforçam a dramaticidade na humanização do relato e o uso de vinhetas de abertura para todos os quadros, que busca aproximá-los de uma audiência cativa, que reconhece

sua apresentação pelos recursos explorados, identificando através dela a posição de leitura adequada ao conteúdo a ser apresentado.

A maneira como o público ganha visibilidade através de sonoras com opiniões ilustrativas nas matérias, e do posicionamento do telejornal a seu favor no discurso jornalístico, além da adaptação da linguagem nas entrevistas nos fala muito sobre o formato de telejornalismo popular que é configurado neste programa. Podemos perceber que em dada medida, o telejornal pretende dar voz à população e se aproximar das diversas camadas dela: desde a parcela população que tem interesse nas entrevistas culturais e pode pagar pelas apresentações divulgadas, aos idosos e mães que ganham sempre alguma orientação, os adolescentes fãs das bandas levadas ao ar e no quadro ‘bastidores’ ou em busca de estágio nos quadros do programa e quem busca por desaparecidos, até às camadas mais populares através do quadro de desempregados e do tom de bate-papo nas entrevistas realizadas. Contudo, o conteúdo factual não perde seu lugar e sua formalidade verbal, o que nos remete às marcas mais fortes do gênero telejornal, e próprias também do *Padrão Globo de Telejornalismo*.

Contudo, o que fica claro a partir do que podemos observar é a configuração do *Bahia Meio Dia* através de uma proposta *comunitária* ou *popular* que busca defender os interesses e ajudar a solucionar problemas da comunidade retoricamente. O *popular* ou *comunitário* aqui, é mais uma estratégia de endereçamento do programa<sup>32</sup> do que uma estratégia social.

Em relação à proposta metodológica desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa de Análise de Telejornalismo podemos dizer que foi bastante proveitosa para a observação do modo de endereçamento do programa. A sistematização dos elementos a serem observados em operadores nos ajuda a perceber o nível de detalhes a que devemos estar atentos, lembrando ainda a ressalva feita no capítulo de fundamentação teórica: os elementos descritos pelos operadores devem ser analisados em sua relação entre si, compondo assim a rede que configura o modo de endereçamento.

---

<sup>32</sup> A estratégia de endereçamento através da aproximação com a comunidade é operada dentro dos limites impostos pelas relações político-econômicas da Rede Bahia – nas mãos de um membro de partido político de situação do estado – e da Rede Globo – reconhecida pela sua postura govenista.

Uma observação importante sobre a proposta metodológica é que ela deve se apoiar numa fundamentação teórica sobre as particularidades do programa a ser analisado para melhor definirmos seu estilo. No caso em questão, foi necessária uma análise do modo de endereçamento a partir dos nove operadores, aliada a uma revisão sobre os conceitos que dão base ao telejornalismo popular formatado pela Globo. Desta forma, pudemos perceber que o *Bahia Meio Dia* é um telejornal que se baseia num modelo que valoriza o *jornalismo comunitário*, mas que negocia seus limites com o padrão de telejornalismo da emissora. Apesar de não fazer parte da proposta do atual projeto, consideramos que um cruzamento de análises do mesmo gênero de outros telejornais populares de demais afiliadas da Rede Globo poderia ser útil para perceber quais são as marcas próprias do telejornal de meio dia da Rede Bahia nessa negociação de limites.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo Cidadão**. Artigo originalmente publicado na Revista Estudos Históricos, Mídia, nº31 em 2003. Disponível em: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arg/339.pdf>>. Acesso em 10 maio de 2006.

ALBUQUERQUE, Afonso de. **Um outro Quarto Poder**: Imprensa e compromisso político no Brasil. In: **Revista Fronteiras** – estudos midiáticos, vol.1, nº1, dezembro de 1999.

ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos ideológicos do estado**. Rio de Janeiro, Graal, 1985, pp. 53-107.

BORJA, Janira Tripodi. **Qualidade e modos de endereçamento no Balanço Geral e Jogo Aberto**. Salvador, Facom/UFBA, 2005, (Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo).

CHANDLER, Daniel (1997). **Semiotics for Beginners**. Disponível em: <[www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html](http://www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotc.html)>. Acesso em 18 mar.2006.

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

FERNANDES, Jair. **Modos de endereçamento em dois programas de entrevista brasileiros. Um estudo do Roda Viva e do Gordo a Go-Go**. Salvador, Facom/UFBA, 2005, (Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo).

FERNANDES, Márcio. **Jornalismo Cívico**: Um estudo comparado dos modelos americano e brasileiro. XXV INTERCOM, 2002. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxv-ci/np02/NP2FERNANDES2.pdf>>. Acesso em 9 de maio de 2006.

FLAUSINO, Cristina Valéria. **Uma proposta comunitária: a Rede Globo pode ter uma?**. XXC INTERCOM, 2002. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxv-ci/np02/NP2FLAUSINO.pdf>>. Acesso em 24 mar. 2006.

FRANÇA, Vera R. Veiga. Problemas metodológicos e conceituais na análise de programas populares de TV. In: Livro da XIII COMPÓS, 2004, São Paulo. CAPARELLI, Sérgio; SODRÉ, Muniz; SQUIRRA, Sebastião. **A comunicação Revisitada**. Porto Alegre, Sulina, 2005.



FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **Jornalismo, Ciência e Censo Comum.** Contribuições do método científico para a reportagem jornalística. In: **Compós** (GT de Estudos do Jornalismo no Encontro Anual da Compós). Bauru: Unesp, 2006.

GUZZONI, Juliane. **A comunidade na TV: Uma análise sobre a regionalização da notícia e o processo de participação popular.** Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np07/NP7GUZZONI.pdf>>. Acesso em 15 mar.2006.

GOMES, Itania Maria Mota *et al.* **Modo de Endereçamento no Telejornalismo do Horário Nobre Brasileiro:** o Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Comunicação - Intercom.** Rio de Janeiro: UERJ, 2005, v.1, p. 54-72.

GOMES, Itania Maria Mota *et al.* **Quem o Jornal do SBT pensa que somos?** Modos de endereçamento no telejornalismo show. Porto Alegre: **Revista da Famecos**, nº 25, dez. 2004, p.85-98.

GOMES, Itania Maria Mota. **A noção de gênero televisivo como estratégia de integração:** o diálogo entre os *cultural studies* e os estudos da linguagem. In: **Revista Fronteiras**, Vol.IV, nº 2, dez.2002, p. 165-185.

\_\_\_\_\_. **Das utilidades do conceito de modo de endereçamento para análise do telejornalismo.** Trabalho apresentado no **Colóquio Televisão:** entre o mercado e a academia. Porto Alegre: Unisinos, 2005b.

\_\_\_\_\_. **Telejornalismo de Qualidade.** Pressupostos teórico-metodológicos para análise. In: **Compós** (GT de Estudos do Jornalismo no Encontro Anual da Compós). Bauru: Unesp, 2006.

MAIA, Jussara Peixoto. **O Jornal Nacional e o Globo Rural:** as relações entre gêneros e modo de endereçamento no telejornalismo, 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV:** Manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PORTO, Mauro. **Novos apresentadores ou novo jornalismo? O Jornal Nacional antes e depois da saída de Cid Moreira.** In: **Comunicação e Espaço Público**, Ano V, nº 1 e 2, Brasília, Faculdade de comunicação/UnB, 2002.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil:** um perfil editorial. São paulo: Summus Editorial, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Quem vigia o Quarto Poder?** In : \_\_\_\_\_. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo/RS : Unisinos, 2003, pp 187-198.

\_\_\_\_\_. **Jornalismo cívico: reforma ou revolução.** In : \_\_\_\_\_. **O estudo do jornalismo no século XX.** São Leopoldo/RS : Unisinos, 2003, pp 169-184.

VÉRON, Éliséo. **Está ahí, lo veo, me habla.** Tradução de Maria Rosa Del Coto. In: **Enunciacion et cinema.** Revista Comunicativa, Seul, Paris, nº 38, 1983.

VIZEU PEREIRA JR., Alfredo Eurico. **As rotinas produtivas dos editores de texto no telejornalismo:** decidindo o que é notícia. Disponível em: <http://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&lr=&q=cache:WbL7SaQ3dXoJ:www.intercom.org.br/papers/1998/gt09/GT0907.PDF+Os+jornalistas+e+a+audi%C3%Aancia+Vizeu>. Acesso em 20 fev. 2006.

## GLOSSÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS<sup>33</sup>

**ABERTURA** da matéria: o repórter abre a matéria, aparecendo no vídeo, com uma informação complementar à “cabeça” lida pelo locutor.

**AO VIVO:** transmissão de uma acontecimento no exato momento em que ele ocorre. Pode ser externa ou no próprio estúdio da emissora.

**ARQUIVO DE IMAGENS:** seção do departamento de jornalismo de uma emissora de TV que recolhe, seleciona e mantém imagens de caráter jornalístico, que podem ter ou não ido ao ar.

**ÁUDIO AMBIENTE:** som gravado no local, na hora do acontecimento; muitas vezes pode conter informações preciosas para uma reportagem. O mesmo que som ambiente.

**BG:** no que se refere especificamente aos elementos próprios do sistema de áudio – tudo o que se refere à parte sonora de um telejornal – o termo inglês *background*, conhecido simplesmente pela sigla BG, significa toda espécie de ruído, músicas, vozes existentes por trás da gravação de áudio, que acompanham a fala do apresentador ou do repórter.

**CABEÇA:** é a notícia propriamente dita, lida pelo apresentador em quadro no estúdio de televisão e semelhante ao *lead* do jornalismo impresso, a qual conta ao telespectador o que aconteceu.

**CHAMADA:** texto sobre os assuntos de destaque do telejornal, transmitido dentro da programação normal da emissora para chamar a atenção do telespectador sobre o que ele verá no telejornal.

**CLOSE:** aproximação do objeto (ou pessoa) que se quer destacar no enquadramento da imagem.

**COBERTURA:** os vários enfoques de um acontecimento importante, com suas conseqüências e análises.

**CRÉDITO:** identificação com os nomes de repórteres, entrevistados, cidades, estados ou país e dos profissionais que trabalham no telejornal que aparecem no final do programa.

**CHROMAKEY:** feito técnico que permite a inserção de imagens “atrás” do apresentador. Para obtê-lo é usado, ao fundo, um cenário azul (também pode ser escrito assim: cromaqui).

**EDIÇÃO:** montagem do áudio e vídeo de uma reportagem. Produto final que vai ao ar.

---

<sup>33</sup> Este glossário foi desenvolvido pelo Grupo de Pesquisa e Análise de telejornais, e seus termos tiveram como base as definições dos livros de Vera Íris Paternostro e Guilherme Jorge Rezende que constam nas referências.

**ENCERRAMENTO** da matéria é quando o repórter fecha a matéria ao vivo, isto é, aparecendo no vídeo, dando uma informação conclusiva à reportagem.

**ENVIADO ESPECIAL:** repórter que viaja a algum lugar para cobrir determinado assunto, dentro ou fora do país.

**ENQUADRAMENTO:** o que aparece na cena, o que está sendo focalizado pela câmera do cinegrafista.

**ESCALADA:** frases de impacto sobre os assuntos do telejornal que abrem o programa. O mesmo que manchetes.

**ESPELHO:** é a relação e a ordem de entrada das matérias no telejornal, sua divisão por blocos, a previsão dos comerciais, chamadas e encerramento. Como a própria palavra indica, reflete o telejornal.

**GERADOR DE CARACTERES:** uma espécie de máquina de escrever eletrônica usada para inserir título, créditos, legendas sobre a imagem.

**INDICADORES:** são matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões, o que lhes dá o sentido de um jornalismo de serviço.

**TEASER:** intervenções de um repórter sob a forma de um texto breve em que se busca incitar a curiosidade do telespectador por uma determinada matéria que vai ser divulgada no telejornal. Em caso de matérias exclusivas, de grande impacto, o *teaser* pode constituir-se de imagens do fato, acompanhadas ou não do som ambiente.

**MANCHETE:** Uma frase de impacto, contém uma informação forte. É usado na escalada, ou para identificar o assunto da reportagem.

**MICROFONE DIRECIONAL:** aqueles que os repórteres seguram na mão e o direcionam à boca, pois recebem o som só de uma direção.

**MICROFONE BOOM:** é usado com uma haste móvel por cima da cabeça das pessoas para aparecer, e capta melhor o áudio de entrevistas, por exemplo.

**NOTA PÉ:** é a finalização da reportagem se dá mediante o pé. Sob a forma de um texto curto, lido em quadro pelo apresentador, o pé tem duas funções: fechar a matéria, fornecendo ao telespectador uma informação complementar e evitar que a última palavra de uma reportagem fique com algum dos entrevistados, o que poderia dar a impressão de favorecimento, de parcialidade.

**NOTA SIMPLES:** notícia lida pelo apresentador do telejornal sem qualquer imagem de ilustração.

**OFF:** quando o locutor lê sem aparecer na tela.

**PASSAGEM** do repórter: gravação feita pelo repórter no local do acontecimento, com informações, para ser usada no meio da matéria.

**PANORÂMICA:** movimento lento da câmera, normalmente da esquerda para a direita.

**PLANO AMERICANO:** focaliza uma pessoa da cintura para cima.

**PLANO GERAL:** serve para identificar o local onde acontece o fato.

**PLANO MÉDIO:** um pouco mais fechado, destaca um objeto ou pessoa na cena. Se for uma pessoa, ela é vista de corpo inteiro.

**PRIMEIRO PLANO:** enquadra a pessoa da altura dos ombros (um pouco abaixo) para cima.

**POVO FALA:** gravação com várias pessoas sobre um tema específico de uma reportagem.

**VINHETA:** marca a abertura ou intervalo do telejornal. Normalmente é composta de imagem e música característica, trabalhadas com efeitos especiais.

**VT:** o mesmo que videoteipe, mas também usado para indicar a fita onde está editada a matéria.

**ZOOM-IN:** movimento de aproximação de um objeto ou pessoa.

**ZOOM-OUT:** movimento de afastamento de um objeto ou pessoa.