

PUCRS

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS
CURSO DE JORNALISMO

MARIA FERNANDA KOSCHEWITZ LUCHSINGER

**O SENSACIONALISMO NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA COBERTURA DA MORTE DA
RAINHA ELIZABETH II PELO JORNAL DA BAND**

Porto Alegre
2024

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

MARIA FERNANDA KOSCHEWITZ LUCHSINGER

**O SENSACIONALISMO NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA COBERTURA
DA MORTE DA RAINHA ELIZABETH II PELO JORNAL DA BAND**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para a obtenção do grau de
Bacharel/Licenciado em Jornalismo pela Escola de
Comunicação, Artes e Design da Pontifícia
Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Me. Andrei dos Santos Rossetto

2024

MARIA FERNANDA KOSCHEWITZ LUCHSINGER

**O SENSACIONALISMO NO TELEJORNALISMO: UMA ANÁLISE DA COBERTURA
DA MORTE DA RAINHA ELIZABETH II PELO JORNAL DA BAND**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharel/Licenciado em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Aprovado em ___ de _____ de ____

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Me. Andrei Rossetto (Orientador)

Prof. Doutora Cristiane Finger Costa

Prof. Doutor Fábio Canatta de Souza

AGRADECIMENTOS

A graduação, por si só, já é um período turbulento. Novidades, mudanças, o começo da vida adulta. E aí veio uma pandemia. Em meio às aulas online e muitas videochamadas, as incertezas de como seria a vida dali para frente. Agora, na conclusão do curso, o desafio pessoal foi ainda maior de escrever em meio a maior tragédia climática da história do estado. Hoje, concluindo o curso de jornalismo, posso afirmar para aquela estudante do primeiro semestre de 2020 que deu tudo certo. Não foi como planejado, foi muito mais difícil. Mas chegou ao fim com a plena certeza de que viver o jornalismo todos os dias foi a melhor decisão a ser tomada.

Para a minha família, que me ajudou em todo esse período, o maior dos agradecimentos. À minha mãe, por garantir que eu tivesse força e apoio para seguir. À minha avó e tias, por garantir que tudo sempre desse certo.

O agradecimento aos amigos, que sempre foram o consolo necessário quando tudo parecia dar errado e a risada necessária para comemorar quando tudo deu certo.

À quem participou do início da vida adulta, nos estágios vividos durante a graduação, o agradecimento por terem guiado e orientado uma menina que chegou perdida, mas saiu de cada lugar com muita segurança e aprendizados para viver o dia a dia do mercado de trabalho.

Ao orientador desta pesquisa, prof. Andrei Rossetto, agradeço por compreender a rotina corrida e trazer leveza, tirando a pressão da reta final do curso.

Ser jornalista é muito mais do que escrever belos textos e entregar matérias redondas. É entrar na casa das pessoas todos os dias. E para quem me recebe no conforto do lar, o meu muito obrigada também.

Grande parte deste trabalho foi escrito durante a maior tragédia climática da história do Rio Grande do Sul. Para nunca esquecer.

RESUMO

A televisão e o telejornalismo exercem um papel importante na sociedade. Milhões de brasileiros, todos os dias, consomem diferentes tipos de conteúdo. Desde o primeiro telejornal, até o programa de entretenimento, o jogo de futebol e o plantão da madrugada: tudo passa pela TV. Nesse contexto, o que é noticiado também tem poder de influenciar a visão do público sobre determinado assunto. O sensacionalismo visa atrair a atenção através de exageros, distorções e ênfase excessiva em aspectos chocantes, emocionais ou escandalosos de uma notícia ou evento, sacrificando a precisão e a objetividade em favor de criar um impacto mais forte e imediato no leitor, espectador ou ouvinte. Em grandes coberturas, pode ser ainda mais perigoso. A partir disso, a pesquisa busca analisar em que medida a cobertura jornalística da morte da Rainha Elizabeth II no Jornal da Band, da Bandeirantes TV, apresentou características sensacionalistas em suas reportagens. A revisão teórica compreende a história da televisão e do telejornalismo no Brasil, além dos limites entre informação e entretenimento e uma contextualização da família real britânica sob a lente da imprensa, trazendo estudos de autores como Alfredo Vizeu Júnior (2006), Angrimani (1994) e Almeida (2015). Através da técnica de análise de conteúdo, baseada na obra de Bardin (2011), a análise revela as características sensacionalistas presentes nas matérias analisadas. Por fim, conclui-se que um telejornal não-sensacionalista pode ter momentos sensacionalistas.

Palavras-chave: sensacionalismo; televisão; rainha; telejornalismo; Jornal da Band.

ABSTRACT

Television and TV journalism play an important role in society. Every day, millions of Brazilians consume different types of content. From the first newscast to entertainment programs, football games, and late-night bulletins, everything goes through TV. In this context, what is reported also has the power to influence the public's perception of certain issues. Sensationalism aims to attract attention through exaggerations, distortions, and excessive emphasis on shocking, emotional, or scandalous aspects of a news story or event, sacrificing accuracy and objectivity in favor of creating a stronger and more immediate impact on the reader, viewer, or listener. In major coverages, it can be even more dangerous. Based on this, the research seeks to analyze to what extent the journalistic coverage of Queen Elizabeth II's death on *Jornal da Band*, from *Bandeirantes TV*, displayed sensationalist characteristics in its reports. The theoretical review includes the history of television and TV journalism in Brazil, the boundaries between information and entertainment, and a contextualization of the British royal family through the lens of the press, drawing on studies by authors such as Alfredo Vizeu Júnior (2006), Angrimani (1994), and Almeida (2015). Using the content analysis technique based on Bardin's work (2011), the analysis reveals the sensationalist characteristics present in the analyzed reports. Finally, it is concluded that a non-sensationalist newscast can have sensationalist moments.

Keywords: sensationalism; television; queen; TV journalism; *Jornal da Band*.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Categorias e gêneros na televisão brasileira.....	21
Quadro 2 - Formatos no telejornalismo.....	24
Quadro 3 - Os critérios de noticiabilidade para Traquina (2008).....	29
Quadro 4 - Características do conteúdo sensacionalista.....	35
Quadro 5: Matérias veiculadas no Jornal da Band sobre a morte da Rainha Elizabeth II na primeira semana após a morte.....	50
Quadro 6: Reportagens selecionadas para análise na pesquisa.....	50
Quadro 7: Critérios de análise.....	52
Figura 1 - Vinheta utilizada pelo Jornal da Band.....	54
Quadro 8 - VT de abertura da edição de 08/09/2022.....	54
Figura 2 - Corte do programa Melhor da Tarde inserido na R1.....	58
Quadro 9: VT Rainha POP.....	59
Figura 3 - Trecho de comédia inserido da R2.....	62
Figura 4 - Montagem da rainha dançando apresentado na R2.....	63
Quadro 10: VT Dia Rei Charles.....	64
Figura 5 - Homenagens apresentadas na R3.....	67
Quadro 11: VT Rei Proclamado.....	67

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Vinheta utilizada pelo Jornal da Band.....	54
Figura 2 - Corte do programa Melhor da Tarde inserido na R1.....	58
Figura 3 - Trecho de comédia inserido da R2.....	62
Figura 4 - Montagem da rainha dançando apresentado na R2.....	63
Figura 5 - Homenagens apresentadas na R3.....	67

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. A TELEVISÃO NO BRASIL E O TELEJORNALISMO.....	18
2.1 A TELEVISÃO.....	18
2.2 - O TELEJORNALISMO.....	22
2.3 - OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE.....	26
3. OS LIMITES ENTRE A INFORMAÇÃO E O ENTRETENIMENTO.....	32
3.1 SENSACIONALISMO.....	32
3.2 O INFOTENIMENTO.....	37
4. A HISTÓRIA DA FAMÍLIA REAL BRITÂNICA SOB A LENTE DA MÍDIA.....	42
4.1 A HEGEMONIA DA REALEZA BRITÂNICA.....	42
5. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA.....	49
5.1 OBJETO DE PESQUISA: AS REPORTAGENS DO JORNAL DA BAND.....	49
5.2. TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS.....	51
5.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS.....	53
5.3.1. Reportagem 01 - Edição de 8 de setembro de 2022.....	54
5.3.2. Reportagem 02 - Edição de 8 de setembro de 2022.....	59
5.3.3. Reportagem 03 - Edição de 09 de setembro de 2022.....	64
5.3.4. Reportagem 04 - Edição de 10 de setembro de 2022.....	67
6. CONCLUSÃO.....	71
REFERÊNCIAS.....	74

1. INTRODUÇÃO

A televisão, com o passar dos anos, manteve a relevância entre os principais meios de comunicação no Brasil. Historicamente, representa um fator importante na cultura popular da sociedade brasileira. O marco inicial dessa história foi em 18 de setembro de 1950, em São Paulo, com o então dono dos Diários Associados, Assis Chateaubriand, que fundou a TV Tupi. O rádio, que já era um meio consolidado, foi importante na transição para a televisão, já que muitos profissionais participaram e ainda participam dos dois meios. Na década de 60, a TV ganha ainda mais força com a consolidação de grandes emissoras como a TV Globo, Record e Bandeirantes. Programas de auditório, novelas, transmissões esportivas e reality shows fazem parte do entretenimento produzido para o meio. Além disso, a televisão sempre prestou a função fundamental de levar informação para a população. Através de telejornais, plantões, revistas eletrônicas e outros formatos, informações chegam até as casas de milhares de brasileiros.

Dentro deste contexto, a TV Bandeirantes se consolidou ao longo dos anos como uma das principais alternativas de informação, entretenimento e variedades para os telespectadores do país. Inaugurada em 1967, a Band operava inicialmente apenas em São Paulo, mas ao longo dos anos expandiu sua cobertura para outras regiões do Brasil. O pioneirismo se deu cedo, em 1972, quando a emissora foi a primeira a produzir toda a sua programação em cores. A primeira transmissão a cores, inclusive, partiu do Rio Grande do Sul, na Festa da Uva. No dia seguinte, as cores também chegavam pela primeira vez na transmissão esportiva, em um jogo entre Caxias e Grêmio. Na década de 80, mais especificamente em 1982, a TV Bandeirantes se tornou a primeira emissora a utilizar o satélite nas transmissões, substituindo o sistema de microondas (Band RS. Band Cidade, 08/03/2024).

Por mais que o fato não afete o dia a dia da população brasileira, a relevância da família Real Britânica transcende fronteiras geográficas e culturais por ser uma das instituições mais antigas e conhecidas no mundo, com mais de mil anos de história. A vida da realeza gera interesse do público de diversos países, gerações e classes sociais. Em 2018, quando o príncipe Harry casou com a atriz norte-americana Meghan Markle, mais de 100 mil pessoas se deslocaram para acompanhar a celebração (Cazarré, 2018). O grande fluxo movimentou a economia, tanto com os turistas quanto com o comércio. Em março de 2024, a família real se

tornou novamente o principal assunto no mundo com os rumores do sumiço de Kate Middleton, Princesa de Gales. Durante dias, o nome da princesa esteve no topo das pesquisas na ferramenta de buscas do Google. Após dezenas de teorias da conspiração, uma mensagem de Kate foi divulgada nas redes sociais anunciando que a princesa está passando por um tratamento de câncer. No X (antigo Twitter), a manifestação gerou mais de 100 milhões de visualizações, além de mais de 500 mil curtidas, quase 120 mil compartilhamentos e 36 mil comentários (X, 2024). Dentro desta perspectiva, o interesse pela Família Real transborda o real e também inspira obras ficcionais, como a série audiovisual *The Crown*, exibida na plataforma Netflix. Ao retratar dramas pessoais, intrigas políticas e eventos históricos sob uma lente dramática, a série cria uma conexão emocional entre os telespectadores e os membros da família real. Entende-se que esse enfoque narrativo pode levar as pessoas a se interessarem ainda mais pela família real, não apenas como figuras históricas, mas também como personagens de uma saga televisiva, reforçando a ideia de que sua vida e seus dilemas são dignos de atenção.

Além disso, a abordagem midiática pode influenciar a visão que o público tem em relação aos temas noticiados. Por definição, o sensacionalismo é o "uso, efeito e divulgação de notícias exageradas ou que causem sensação, que choquem o público, sem nenhuma preocupação com a verdade" (Michaelis, 2024). Para Angrimani (1994, p.13), "sensacionalista é a primeira palavra que a maior parte das pessoas utiliza para condenar uma publicação". Através de pequenas características, como palavras, imagens e o próprio tom utilizado em reportagens, as matérias podem tender para o lado da espetacularização ao invés de se manter fiel ao fato.

Para além do sensacionalismo, existe um híbrido que junta, no mesmo produto, informação e entretenimento. O infotenimento entrou em evidência na mídia no final do século XX e faz parte de diversos programas da televisão brasileira. Para Dejavite, o homem está mais voltado a si, àquilo que o satisfaz (Dejavite, 2006). O entretenimento ameniza dores do cotidiano, distrai o público daquilo que é considerado pesado ou ruim. Desta forma, existe uma tendência de embaralhamento entre as fronteiras da informação e do entretenimento, e o infotenimento mistura os valores jornalísticos, como o interesse público, objetividade e atualidade, e as características de um programa de entretenimento, como apresentação de música, comédia e quadros dramáticos (De Souza, 2015, p.93).

Uma das características do infotimento é a notícia *light*, um conteúdo "de fácil entendimento, efêmero, de circulação intensa, que busca dividir o receptor" (Dejavite, 2006, p.70). Através deste artifício, elementos do entretenimento são utilizados para divulgar fatos sérios, que têm relação com o dia a dia da sociedade brasileira. O infotimento pode gerar uma simplificação excessiva dos acontecimentos.

A partir do exposto, pretende-se responder o seguinte questionamento neste estudo: em que medida a cobertura jornalística da morte da Rainha Elizabeth II no Jornal da Band, da Bandeirantes TV, apresentou características sensacionalistas em suas reportagens?

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo geral analisar em que medida a cobertura jornalística da morte da Rainha Elizabeth II no Jornal da Band, da Bandeirantes TV, apresentou características sensacionalistas em suas reportagens. A partir do objetivo geral, os objetivos específicos são:

- (a) entender qual a linha editorial do telejornal;
- (b) analisar se a cobertura buscou prioritariamente o entretenimento em detrimento da objetividade e da análise equilibrada dos fatos;
- (c) identificar os elementos sensacionalistas presentes nas reportagens.

Justifica-se a realização deste trabalho em quatro esferas, sendo elas pessoal, acadêmica, jornalística e mercadológica. Do ponto de vista pessoal, ao acompanhar a cobertura sobre a família real britânica em telejornais surgiu o interesse em pesquisar o tema em questão. Outro fator que influenciou para o desenvolvimento deste trabalho é o fato da autora, desde o início da graduação, estar interessada no telejornalismo e no trabalho de construção das notícias em emissoras de grande impacto na TV aberta. Além disso, a autora sempre reconheceu o impacto de um telejornal em horário nobre, como é o caso do *Jornal da Band*, e como a edição das reportagens impacta na forma que o público percebe o assunto.

No âmbito mercadológico, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (IBGE, 2021), dos quase 73 milhões de domicílios particulares permanentes do Brasil, em 95,5% havia televisão. No consumo de vídeo, a TV linear, ou seja, emissoras abertas ou por assinatura que transmitem conteúdo com horários predefinidos, são protagonistas. É pertinente mencionar também a pesquisa Inside Video 2023. Segundo o levantamento, 196 milhões de

pessoas assistiram a emissoras de televisão linear no Brasil (Kantar Ibope Media, 2022). O brasileiro passa, em média, 5h e 17 minutos por dia assistindo à TV linear. Em um dia, a TV alcança 50% da população brasileira. Em uma semana, 78%. E em um mês, chega a 90%. Além disso, o Brasil é o país com maior consumo de TV aberta na América Latina. São 4h54 minutos assistidos por dia e um share de audiência de 68%. Durante o ano de 2022, a participação da televisão linear (TV aberta e Pay TV) representou 79% da audiência domiciliar.

Na esfera telejornalística, dentre os programas da TV Bandeirantes, o *Jornal da Band* é considerado o principal produto jornalístico. Em horário nobre, das 19h20 às 20h30, o noticiário diário apresenta os principais acontecimentos do Brasil e do Mundo. Em termos de audiência, apresenta crescimento comparado aos demais programas da emissora. Entre os dias 18 e 24 de março de 2024, o jornal bateu 4 pontos de audiência em São Paulo, o maior número entre toda a grade (Kantar Ibope, 2024). A TV Bandeirantes foi a primeira emissora a noticiar a morte da Rainha Elizabeth II, no dia 8 de setembro de 2022. Em uma entrada ao vivo da redação, a jornalista Adriana Araújo deu a notícia durante o programa *O Melhor da Tarde*, apresentado por Cátia Fonseca.

Por fim, na esfera acadêmica, justifica-se esse estudo como um registro para futuros pesquisadores na área do telejornalismo. Constata-se que não foram encontrados estudos que dizem respeito especificamente à cobertura da Band TV sobre a morte da Rainha Elizabeth II, mas há trabalhos já desenvolvidos que focam no sensacionalismo em relação à morte da monarca. Dentre eles, podemos citar o artigo *Massas Virtuais e sua Constituição. Funeral como espetáculo midiático mundial: as imagens da morte de Elizabeth II*, de Norval Baitello Júnior e Nísia Martins do Rosário (2023), publicado no 32º encontro anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da USP. Também falando de sensacionalismo, o artigo *A mídia e a construção do biográfico e o sensacionalismo da morte em cena*, de Elizabeth Rondelli e Micael Herschmann (2010), da Universidade Federal do Rio de Janeiro, aborda a dramatização da morte na mídia. E em relação a estudos de coberturas televisivas e o sensacionalismo, podemos citar o artigo *A cobertura jornalística no Caso Lázaro na TV Record: reflexões sobre sensacionalismo, violação dos direitos humanos e as relações com o ensino das práticas*, de Cárilda Emerim, Giovana Mesquita, Livia Cirne e Vitor Belém, apresentado no 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, em Brasília

(2021). Neste mesmo sentido, cita-se o artigo *INFOtenimento na televisão: a tênue fronteira entre informação e entretenimento no encontro do telejornal com a revista eletrônica*, de Carla Simone Doyle Torres, apresentado no Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos (2011).

Para o desenvolvimento deste trabalho, optou-se por dividi-lo em cinco capítulos. No primeiro capítulo teórico, a autora aborda a história da televisão no Brasil, a partir da chegada da tecnologia no país, destacando-a como uma janela que conecta o país diariamente trazendo informações, esporte e entretenimento para os lares de milhões de brasileiros. Na sequência, apresenta-se os números que evidenciam a potência da televisão no país, através de pesquisas de audiência realizadas entre os anos de 2021 e 2022. Além disso, é ressaltado o papel da televisão como um instrumento de comunicação e união, apresentando o meio como facilitador de conversas e laços sociais. Ainda no capítulo, é abordado e conceituado o telejornalismo dentre os gêneros da televisão brasileira. O leitor é introduzido às técnicas e características da produção de um telejornal, traçando uma linha do tempo entre a história do gênero no país. Por fim, a autora apresenta uma visão sobre os critérios de noticiabilidade, valores notícia que são utilizados em redações jornalísticas para avaliar os fatos e decidir o que deve e o que não deve ir ao ar. Os principais autores utilizados neste capítulo são Wolton (1996), Mattos (2002), José Carlos Aronchi de Souza (2015), Rezende (2000), Becker (2020), Vizeu Júnior (2006), Squirra (1990), Traquina (2008), Silva (2008) e Wolf (2012).

Entendendo as características da televisão e do jornalismo, no segundo capítulo teórico entende-se os conceitos de sensacionalismo e infotenimento. De início, o sensacionalismo é apresentado como uma forma pejorativa de reconhecer um veículo jornalístico. Na sequência, recuperamos a história para entender os conceitos de Imprensa Amarela, Imprensa Marrom e *fait divers*. A autora apresenta os diferenciais do sensacionalismo no telejornalismo e uma série de características que podem fazer com que o telespectador identifique uma matéria sensacionalista, por exemplo. Além disso, é ressaltada a ideia de que os veículos informativos tradicionais podem ter características sensacionalistas em momentos pontuais. A autora também apresenta o conceito de infotenimento como a mistura da informação e do entretenimento em um só material. Na sequência, são citadas as características do conceito e também duas teorias, uma que critica e outra que acredita no infotenimento como uma estratégia do jornalismo nos tempos atuais, Os principais

autores utilizados neste capítulo são Angrimani (1994), Ramos (2012), Pedroso (2001), Dejavite (2008), Maffesoli (2003) e Aguiar (2008).

No terceiro capítulo teórico, é contextualizada a família real britânica. É realizada uma recuperação histórica para entender como a monarquia foi construída e segue tendo tanto destaque depois de séculos. Mais a frente, é abordado o destaque midiático que a realiza britânica tem, além das representações em séries e filmes. Também falaremos sobre o fascínio e todo o imaginário que envolve a coroa, o que faz com que os assuntos reais fujam, muitas vezes, do âmbito jornalístico. Apresentaremos alguns episódios com exemplos de entretenimento e sensacionalismo, além de apresentar o principal fato analisado nesta pesquisa, a morte da Rainha Elizabeth II. Os principais autores utilizados neste capítulo são Hobsbawm (2012), Almeida (2015), McIntyre (1991), Rondelli e Herschmann, (2000) e Penfold-Mounce (2017).

Iniciando a parte da análise, o leitor é apresentado ao objeto de pesquisa deste trabalho: o Jornal da Band. O noticiário diário é definido como "noticiário diário que apresenta os principais acontecimentos no Brasil e no Mundo com neutralidade e profissionalismo" (Band Uol, 2024). Em relação ao fato, a morte da Rainha Elizabeth II, o jornal noticiou 56 matérias sobre o assunto na primeira semana após o óbito. Entre estas, para este trabalho, 4 foram escolhidas, através do critério das matérias de abertura das edições e uma reportagem extra, escolhida pela relação com os temas estudados para esta pesquisa. O estudo optou pela aplicação da análise de conteúdo. Cinco categorias foram estabelecidas a partir dos autores Angrimani (1994) e Ramos (2012), apresentados nos capítulos anteriores deste trabalho. Nestas, estão características do sensacionalismo, e para aplicação foram estabelecidas cinco perguntas guia. A análise quantifica os aspectos sensacionalistas presentes na cobertura, através do recorte escolhido, para responder a pergunta que guia essa pesquisa.

Por fim, há o capítulo das considerações finais, em que a pesquisa revela o resultado obtido através das análises, destrinchando a prática sensacionalista na cobertura analisada, sob o contexto da importância e do impacto da imprensa na formação de opinião dos telespectadores.

Neste contexto, busca analisar a cobertura jornalística do Jornal da Band sobre a morte da Rainha Elizabeth II para entender se ela foi sensacionalista ou não. Esta

pesquisa pretende contribuir com o debate sobre o sensacionalismo e a importância da imprensa nos dias atuais.

2. A TELEVISÃO NO BRASIL E O TELEJORNALISMO

Em razão do problema apresentado nesta pesquisa, o capítulo que segue tem como objetivo contextualizar a história da televisão no Brasil, assim como a influência do telejornalismo e dos critérios de noticiabilidade nas redações brasileiras, assim definindo as características do meio.

2.1 A TELEVISÃO

Historicamente, a televisão representa um dos principais meios de comunicação no Brasil. De certa forma, pode ser considerada uma janela que conecta o país. Todos os dias, repórteres, apresentadores e comunicadores entram nas casas de milhões de brasileiros através da TV. E com o passar dos anos, o meio não perde a força. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2022), em 2021, 96,2% dos domicílios urbanos e 90,8% dos domicílios rurais tinham TV. Tal número reflete a proeminência do meio no país. Além disso, em 2022, 196 milhões de pessoas assistiram a emissoras de TV linear no país (Kantar Ibope Media, 2022). De acordo com a mesma pesquisa, o brasileiro passa pelo menos 5 horas do dia em frente a um televisor, e o meio alcança 90% da população do país em um mês.

Para falar da história da televisão no Brasil, Ferraretto e Morgado (2019) delimitam dois conjuntos de fatores que simbolizam o impacto tecnológico da TV no país: a presença da televisão no ambiente comunicacional e a aceitação por parte do telespectador. Na fase de implantação, nos anos 50, as inaugurações de emissoras se concentraram na região sudeste do país. A consolidação, porém, vem na década seguinte:

Em 1951, o Brasil possuía, conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (1959, p.21) um número estimado de 53.212.000 habitantes, tendo sido comercializados, de acordo com a Associação Brasileira da Indústria Elétrica e Eletrônica (apud SILVA, 1983, p. 133), 3.500 aparelhos de televisão, quantidade que chega a 434.000 em 1959, quando a população seria de 64.216.000. De outra parte, conforme dados da J. Walter Thompson (apud CAPPARELLI, 1982, p.83), a TV passa de uma participação na publicidade insignificante – 1% – em 1950, para 24%, em 1960, já ultrapassando

levemente o rádio, meio que capta 23% das verbas dos anunciantes (Ferraretto; Morgado, 2019, p.3).

Neste começo, o grande foco eram os programas ao vivo, com programas de auditório e grandes apresentadores que conquistaram o público, e conseqüentemente a audiência. A TV Tupi, primeira emissora do país, marca a relação comercial-jornalística com *O Seu Repórter Esso*, telejornal com apoio publicitário da companhia petrolífera multinacional.

Em 1964, o país já contava com mais de 34 estações de televisão e mais de 1,8 milhão de aparelhos receptores (Mattos, 2002, p.179). Nos anos que seguiram, mais avanços: em 1965, é inaugurada a TV Globo no Rio de Janeiro e é criada a Empresa Brasileira de Telecomunicações, a EMBRATEL, fato que marca o início das transmissões via satélite. Em 1970, o censo demográfico mostrava que 27% das residências brasileiras estavam ocupadas com televisores. Já em 1978, uma estimativa da Abinee apontava que haviam cerca de 14.825.000 televisores no país (Mattos, 2002, p.184 e p.191). Mais adiante, em 1982, a TV Bandeirantes passa a ser a primeira emissora a utilizar o satélite nas transmissões.

É possível perceber que a TV é um veículo com crescimento exponencial pela rapidez com que o acesso se tornou democrático. Em 1987, havia 31 milhões de aparelhos de televisão no país. Ou seja, em 9 anos, mais de 16 milhões de televisores chegaram a casa de brasileiros. Neste mesmo ano, a TV atinge a audiência potencial de noventa milhões de telespectadores, ou seja, 63% da população brasileira. E os próximos anos se sucedem da mesma forma. Em 1989, mais de 64% das 34 milhões de residências do Brasil estavam equipadas com televisores. No dia 18 de setembro de 1990, quando a TV completa 40 anos, o meio demonstra uma maturidade que torna capaz de competir com o exterior, exportando e ampliando programas. As telenovelas brasileiras, inclusive, já eram exportadas para 127 países diferentes (Mattos, 2002, p.200-205). E ainda mais a frente, em 1995, a internet chega ao Brasil definitivamente.

A televisão brasileira aberta chega ao final de 2001 com seis grandes redes formadas por um total de 348 geradoras operando no país, sendo a maior delas a Rede Globo com 113 geradoras no país; SBT, com 91; Record, com 63; Bandeirantes, 37; Rede TV, 21; CNT, com 23 geradoras (Mattos, 2002, p.230).

É em setembro de 2007 que a televisão entra numa nova era com a chegada da TV Digital no país. A novidade representa mais interatividade, multiprogramação, qualidade de imagem, áudio e aumento de ofertas de programas televisivos. Sobre a Tv digital, Cosette Castro (2009, p.307) afirma que "a relação das audiências com o campo de produção se amplia ainda mais porque elas (audiências) poderão interagir com a esfera da produção; interferir nos conteúdos e, sobretudo, criar sua própria grade de programação". Isso significa que, de uma vez por todas, o telespectador se torna parte da televisão. Se antes o público praticava uma espécie de *televizinhaça*¹, naquele momento, diferentes públicos poderiam de fato se conectar e interagir sobre determinado formato sem precisar sair de casa. Para Castro (2009, p.312), "não é por acaso que a TV digital é uma das manifestações mais visíveis da convergência tecnológica e oferta dos meios de comunicação e entretenimento". Ainda segundo a autora, isso se dá pela possibilidade do acúmulo de conteúdos a serem disponibilizados ao mesmo tempo para as audiências.

Em meio a essas mudanças na televisão, as redes sociais estão em efervescência e fazendo parte cada vez mais o dia a dia dos brasileiros. Em abril de 2005, quando é lançada a primeira versão do Orkut em português, 67% dos usuários já são brasileiros (Folha de São Paulo, 13 abr. 2005, p. F-4). Posteriormente, outras redes sociais também cresceram: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok... e outras que ainda surgem e se popularizam. É fato que o crescimento dessas plataformas impactou a televisão no Brasil, que também precisou fazer adaptações para acompanhar o novo ritmo. A internet possibilitou o acesso imediato a informações instantaneamente, na palma da mão através de *smartphones* e aplicativos. Hoje, é um dos maiores desafios do telejornalismo competir com a velocidade das redes sociais e ao mesmo tempo garantir a segurança de uma informação bem apurada e checada. O jornalismo, porém, pode fazer com que isso torne a seu favor, reforçando a importância de uma fonte segura de notícias em meio às inverdades e fake news nas redes sociais.

A televisão, mesmo com o passar do tempo, sempre teve o mesmo papel: ser um instrumento de comunicação e união. Para Wolton (1996, p. 16), "a televisão é

¹ Televizinhaça é um termo popular da década de 1970 usado para descrever um sistema no qual as pessoas iam à casa dos vizinhos que tinham televisão para assistir programas, preferencialmente novelas.

um objeto de conversação". O objeto serve como um instrumento de comunicação entre os indivíduos, muito além de somente passar conteúdos. Ainda segundo o autor, a TV é o único meio capaz de fazer uma ligação igualitária entre ricos e pobres, jovens e velhos, rurais e urbanos, cultos e menos cultos. As conversas das pessoas são, muitas vezes, pautadas sobre o que foi visto na TV. Dessa forma, a televisão serve como objeto que facilita a conversa, a comunicação, dentro e fora de casa. O autor ainda supõe que, caso a televisão não existisse, muitos sonhariam em inventar um instrumento como este, que liga todo mundo.

Nisso é que ela é um laço social indispensável numa sociedade onde os indivíduos ficam frequentemente isolados e, às vezes, solitários. Não foi a televisão que criou a solidão, o êxodo rural, que multiplicou os intermináveis arrabaldes [...] Ela fez foi amortecer os efeitos negativos dessas profundas mutações, oferecendo um novo laço social numa sociedade individualista de massa (Wolton, 1996, p. 16).

Neste contexto, a televisão se consolida no país como um sinônimo de tecnologia, mas com pluralidade e popularidade. Para que isso acontecesse, diversos recursos foram empregados para que a programação penetrasse o público e de fato se estabelecesse como parte da rotina dos brasileiros. Para José Carlos Aronchi de Souza (2015), os programas da televisão brasileira podem ser inseridos em cinco categorias: entretenimento, informação, educação, publicidade e outros (De Souza, 2015, p.92). Dentro destas categorias, estão os gêneros da televisão brasileira, conforme o quadro abaixo.

Quadro 1 - Categorias e gêneros na televisão brasileira

Categoria	Gênero
Entretenimento	Auditório - Colunismo social - Culinário - Desenho animado - Docudrama - Esportivo - Filme - Game Show (competição) - Humorístico - Infantil - Interativo - Musical - Novela - Quiz Show (perguntas e respostas) - Reality Show (tv-realidade) - Revista - Série - Série Brasileira - Sitcom (comédia de situações) - Talk show - Teledramaturgia (ficção) - Variedades - Western (faroeste)
Informação	Debate - Documentário - Entrevista - Telejornal
Educação	Educativo - instrutivo

Publicidade	Chamada - Filme comercial - Político - Sorteio - Telecompra
Outros	Especial - Eventos - Religioso

Fonte: José Carlos Aronchi de Souza (2015, p.92)

Dentro da categoria informação, os quatro gêneros conversam entre si. O gênero debate é inserido em diversas situações: pode variar em assunto, número de convidados e entrevistadores, formato e duração. Já o documentário pode ser considerado um trabalho mais primoroso, que demanda mais investimento e aprofundamento, com temas que apresentam importância social. É um gênero que verte do cinema, mas que utiliza temas da realidade para explorar a produção. Em relação ao gênero entrevista, o formato clássico frente a frente com o entrevistador é o mais popularizado. Assim como o debate, a entrevista pode variar em tema e formato, com foco no entrevistado. E o gênero que reúne todos estes é o telejornal. Com diferentes inserções, é possível que na mesma edição sejam explorados todos os fatos citados acima, através de diferentes formatos jornalísticos.

2.2 - O TELEJORNALISMO

Não é exagero dizer que o telejornalismo é uma das peças fundamentais do dia a dia dos brasileiros. É o gênero que pode reunir todos os tipos de programas de informação: debates, entrevistas, reportagens, comentários, tudo isso entra em um telejornal. Para Becker (2005), o telejornal promove uma experiência coletiva e cotidiana de nação. Tudo isso atrai atenção não só dos telespectadores, mas também de investimentos. Na Rede Globo, por exemplo, o comercial mais caro é o do Jornal Nacional. Em 2021, o valor mínimo para 6 segundos era de 341 mil reais. No break exclusivo, entre a escalada e o início do jornal, este valor sobe para 1,3 milhão de reais (Veja, 2021).

Ainda para Becker, é rasa a crítica de que os telejornais manipulam a visão do que se passa no país e no mundo. "Não deveríamos acreditar em tudo que os noticiários nos contam, até porque criam um mundo, e não o mundo. Cada edição é uma versão da realidade social cotidiana" (Becker, 2005, p.5). A partir da visão apresentada pela autora, o jornalismo tem a função de informar com a

responsabilidade de representar milhões de brasileiros e diversas realidades através da construção narrativa do telejornal. Além disso, através da liberdade de imprensa, o gênero torna-se um alicerce essencial da democracia e do processo de informação de uma sociedade bem informada e engajada.

Outro aspecto fundamental é o uso da imagem. O elemento visual é o fator mais expressivo na televisão, conseqüentemente também no telejornalismo. Por tal razão, para muitos editores, independentemente do quão boa seja a história, sem imagens não há matéria. E quando há boas imagens, de nada adianta se elas não estiverem bem casadas com o texto do repórter. TV é imagem, e ela sempre irá sobressair.

Em jornalismo de televisão ninguém duvida: a imagem é mais forte que a palavra. Toda vez que num telejornal as falas estão em desacordo com as imagens, produz-se uma espécie de descarrilamento da comunicação: o trem das palavras vai para um lado e o trilho da imagem, para outro. Num caso desses, a informação auditiva se perde, mas a mensagem visual sempre chega ao destino (Rede Globo de Televisão, 1984, p. 71).

Mas, nem sempre foi assim. Quando a televisão surgiu no país, a lógica era de rádio. O formato pioneiro no gênero telejornal foi o noticiário. E, no início, o noticiário considerado o mais importante da década de 1950 também era simples: *O Repórter Esso*. Por muitos anos, o jornal, que continha conteúdo nacional e internacional, ocupou o horário nobre da televisão brasileira. A lógica era simples: apresentador em fundo neutro e a logomarca do patrocinador. Mas, apesar desta simplicidade visual, uma grande mudança foi impulsionada pelo *Repórter Esso*.

Um fator que fazia com que os telejornais perdessem audiência era a demora na veiculação das notícias, já que o rádio era quase instantâneo e a TV poderia ter um atraso de até 12 horas entre um fato e a veiculação da matéria (Rezende, 2000, p.107). No *Esso*, a lógica mudou. Uma parceria com a agência de notícias norte-americana *United Press International* proporcionou o uso mais frequente de matérias ilustradas e de notícias cada vez mais em tempo real.

Com o passar dos anos, novos noticiários foram surgindo e outros foram descontinuados. Desta forma, surgiu o telejornal da forma que conhecemos hoje. A estrutura é delineada pelo espelho. É por este mecanismo que se controla a ordem das matérias, dos intervalos, o conteúdo dos blocos, abertura e encerramento. O que de fato irá alterar o espelho é o factual, a notícia que acontece no dia. Estes

fatos que não são pautados são, de certa forma, surpresa para a produção de um telejornal. Para Rezende (2000),

[...] só mesmo nas edições em que poucos fatos ocorrem, abre-se espaço para aquelas matérias que, apesar de não se enquadrarem no critério de atualidade do dia a dia [...] não sofrem o mesmo processo rápido de envelhecimento a que se submete o factual (Rezende, 2000, p.147)

Estas tornam-se, caso não entrem em uma edição, as matérias de gaveta. No ar, a estrutura do telejornal tende a ser sempre parecida: escalada; matérias jornalísticas distribuídas em blocos; passagens de bloco como "a seguir" e "ainda hoje"; intervalos comerciais e encerramento. Quanto aos gêneros jornalísticos em telejornais, Squirra (1990) classifica as notícias em três grupos: as notas simples, notas cobertas e as aberturas e encerramentos. Notas simples são as matérias curtas sobre fatos que aconteceram ou irão acontecer sem imagens para cobrir. Já as notas cobertas, como diz o nome, têm a vantagem de dispor de informações visuais. Já o terceiro grande grupo diz respeito às aberturas e encerramentos de matérias editadas. As aberturas, também conhecidas como cabeças, são os textos lidos pelo apresentador antes de rodar a matéria de um repórter. Para Rezende (2000, p. 152), esta tem o papel de aguçar o interesse do telespectador pela notícia, sem repetir o que será dito. O encerramento, da mesma forma, deve ser objetivo e curto, já que a abordagem jornalística é desenvolvida pelo repórter.

Além dos telejornais, o telejornalismo brasileiro também buscou outros formatos para manter-se em evidência nas grades de programação. Como aponta José Carlos Aronchi de Souza (2015), programas de debate, entrevistas, documentários e reportagens especiais também fazem parte do gênero. Para o autor, programas nestes formatos "se tornam gêneros pelo status que alcançaram com a audiência" (Souza, 2015, p.153). É essencial explorá-los para entender as diferentes características e formas de abordagem utilizadas no telejornalismo. Entre eles, destacam-se alguns conforme o quadro abaixo.

Quadro 2 - Formatos no telejornalismo

Formato	Descrição
---------	-----------

Reportagem	Formato em geral de curta duração. Coloca o repórter em evidência, narrando um assunto e fazendo entrevistas. Tradução da realidade através da construção de texto e uso de imagens.
Ao vivo	Pode ser dividido entre o transmitido ao vivo e o gravado ao vivo. No primeiro caso, o programa é transmitido simultaneamente, e quando há o comercial o telespectador perde o que acontece. O gravado ao vivo, ou chamado falso vivo, é previamente gravado na íntegra para evitar tais cortes.
Debate	Pressupõe a discussão sobre um tema entre participantes, convidados e público. Pode variar entre quantos serão os participantes e se terá mediador ou não.
Documentário	Formato de reportagem que tem o entrevistado em primeiro plano, sem interrupções, como perguntas do repórter, e menos texto gravado em off.
Entrevista	No telejornalismo, é utilizado para reforçar assuntos enfocados pelo programa. Pode variar no número de entrevistados e entrevistadores.
Noticiário	Leitura das notícias pelo apresentador, sem uso de reportagens ou outros formatos. Composto principalmente de notas simples, sem uso de imagens.

Fonte: elaborado pela autora com base no autor José Carlos Aronchi (2015)

Na sistemática de organização do espelho de um telejornal, existem as reportagens chamadas de *gaveta*², utilizadas nos dias de "espelho vazio", com poucas notícias. Entretanto, quando há muitos factuais, o tempo é delimitador. Ao acompanhar o fechamento de uma edição do RJTV1, telejornal local da Globo do Rio de Janeiro, Alfredo Vizeu Jr (2006, p.24) concluiu: "Na hora do fechamento do RJTV1 a matéria vai do jeito que dá". E isto não é a realidade apenas deste telejornal. A chamada "linha da morte" é o horário do fechamento do telejornal. As matérias precisam estar editadas a tempo – o que nem sempre acontece. Quando se trata de factual, tudo pode acontecer: a distância da emissora do local do fato, os congestionamentos no trânsito, ou algo que acontece poucos minutos antes do ao

² Gaveta, para o telejornalismo, é um material "frio", preparado com antecedência. Normalmente, existem matérias como estas guardadas para dias de emergências, onde é necessário preencher o espelho.

vivo. Tudo isso interfere no aprofundamento da notícia, que fica refém da rapidez do *hard news*³.

Sob o controle do relógio e obcecados pelo novo, pelo imediatismo, pela pressão do "fechamento", os jornalistas e as empresas jornalísticas muitas vezes se esquecem de que o como e o porquê numa matéria são importantes para que o telespectador, do outro lado da "telinha", possa compreender melhor o mundo que o cerca (Vizeu, 2006, p.24)

O ritmo também é acelerado para o jornalista. Para Alfredo Vizeu Jr, "o ritmo de trabalho do jornalista é regulado pelo prazo exíguo de 24 horas, com algumas variáveis para menos e para mais. A pressão do tempo é constante" (Vizeu, 2006, p. 51). Ainda para o autor, o ritmo da redação de um telejornal é mais intenso já que o noticiário televisivo está associado ao fato da televisão estar organizada e apresentada no tempo, ou seja, as notícias precisam ser selecionadas e organizadas para garantir a audiência (Vizeu, 2006, p. 53). A tensão constante traz consequências físicas e mentais, é o que aponta o livro *Stress e violência no lead da notícia*, de Ronan Aguiar (1996). Uma pesquisa realizada pela Universidade Federal de Pernambuco mostra que jornalistas têm prevalência de hipertensão muito superior ao de outras profissões pesquisadas. Além disso, doenças cardiovasculares, do aparelho digestivo e neuroses são comumente encontradas nos profissionais do jornalismo (Aguiar, 1996, p.11-14 *apud* Vizeu, 2006, p.55).

Neste sentido, um dos grandes desafios do telejornalismo é manter o perfeccionismo científico, já que o imprevisto faz parte do dia a dia da profissão (Vizeu, 2006, p. 51). Alguns fatores, porém, são sempre levados em consideração apesar da rotina corrida: os critérios de noticiabilidade. É através deles que o jornalista, e no caso do telejornalismo o editor-chefe, decide o que entra ou não em uma edição do telejornal.

2.3 - OS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Não é exagero dizer que os critérios de noticiabilidade fazem parte da essência do jornalismo. É por meio destes que, todos os dias, profissionais decidem quais

³ Traduzindo para o português, *hard news* quer dizer notícias pesadas, ou notícias difíceis. O termo diz respeito ao fato de momento, que é pulsante. Ao contrário das matérias de gaveta, a característica do *hard news* é a instantaneidade do momento, o conteúdo perde o sentido depois de um tempo.

notícias merecem ser publicadas ou não. Para Silva (2008), pode-se compreender a noticiabilidade como "todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia" (Silva, 2008, p. 96). Já Wolf (2012) define noticiabilidade como "o conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimento que servirão de base para a seleção de notícias" (Wolf, 2012, p. 202). Estes critérios, porém, podem ser considerados subjetivos, pois são aplicados de acordo com a avaliação dos jornalistas e dos veículos de comunicação.

Para adentrar estes critérios, primeiro é necessário falar de *gatekeeping*. A teoria do *gatekeeper* surgiu nos anos 1950 e foi criada por David Manning White. O termo que dá nome a teoria, porém, foi introduzido anteriormente, em 1947, pelo psicólogo social Kurt Lewin. Em resumo, a teoria define o processo de produção de informações como um processo de escolhas. Os fatos passariam por *portões*, que representam a escolha e a decisão de um jornalista. Este profissional seria o guardião dos portões, aquele que decide o que passa e se torna notícia e o que não será publicado (Traquina, 2005, p. 150). A partir disso, David Manning White se baseou em uma pesquisa sobre um jornalista de meia-idade de um jornal norte-americano, chamado Mr. Gates, acompanhando o trabalho deste homem e quais eram os critérios utilizados por ele para definir o que é notícia. Traquina (2005) diz que "a conclusão de White é que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário" (Traquina, 2005, p. 105), ou seja, tinha valores baseados nas vontades e experiências do próprio *gatekeeper*. Esta teoria, portanto, analisa as notícias a partir de quem as produz e, ainda para Traquina (2005), minimiza outras dimensões importantes do processo de produção das notícias (Traquina, 2005, p. 151).

A seleção da noticiabilidade se dá através de valores-notícia. Para Wolf (2012), eles respondem perguntas como "quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?" (Wolf, 2012, p. 202). Ainda para o autor, estes valores não trabalham sozinhos. São eles, combinados, que tornam algo notícia ou não.

Os valores-notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde

dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público.(...) Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos (Golding-Elliott, 1979 *apud* Wolf, 2012, p. 203).

Para Wolf (2012), a importância da notícia pode ser descrita em quatro variáveis. A primeira delas diz respeito ao grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável. Alguns fatores que definem a importância, neste caso, são "o grau de poder institucional, a relevância de outras hierarquias não-institucionais, a sua visibilidade [...], a extensão e o peso dessas organizações sociais e econômicas" (Wolf, 2012, p. 210). Já a segunda variável dá conta do impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional. Esta diz respeito à potencialidade da notícia, em termos de influenciar em decisões do país e que afetam o público. A terceira fala sobre a quantidade de pessoas que a notícia envolve, seja de fato ou potencialmente. Para Golding e Elliott, "quanto maior o número de indivíduos envolvidos num desastre ou a presença de *nomes importantes* numa ocasião formal, maior é a visibilidade destes eventos e, portanto, seu valor-notícia" (Golding-Elliott, 1979, *apud* Wolf, 2012, p. 211). E a quarta variável trata da relevância e significatividade do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação. Wolf (2012) recorre a Gans (1979) para explicar as categorias que respondem a este requisito da noticiabilidade: "a. histórias de pessoas comuns que passam a agir em situações insólitas [...]; b. histórias em que há inversão de papéis (*o homem que morde o cão*) [...]; c. histórias de interesse humano; d. histórias de feitos excepcionais e heróicos" (Gans, 1979 *apud* Wolf, 2012, p. 214). Ainda para o autor, os valores-notícia funcionam como linhas-guia para a apresentação do conteúdo, sugerindo o que deve ser priorizado na construção de um acontecimento como notícia.

Outros autores também classificam os critérios de noticiabilidade. Para Lage (2001), por exemplo, os principais critérios são proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo e identificação humana (Lage, 2001, *apud*. Silva, 2008, p. 103). Já para Chaparro (1994), pode-se colocar nesta lista alguns outros fatores, como conflito, consequências, curiosidade, dramaticidade e surpresa (Chaparro, 1994, *apud*. Silva, 2008, p.103). Hohlfeldt (2015) subdivide os critérios

em cinco categorias: categorias substantivas, relativas ao produto, relativas aos meios de informação, relativas ao público e relativas à concorrência (Hohlfeldt, 2015, p. 209-214).

Além destes, Traquina (2008) elabora uma lista própria em relação aos critérios de noticiabilidade. Ele divide os critérios em dois tipos. O primeiro é o valor notícia de seleção, que se refere às medidas adotadas pelos jornalistas na hora de determinar o que é notícia. Dentro desta categoria se insere os critérios contextuais, que dizem respeito ao contexto do processo da produção das notícias e não necessariamente ao próprio acontecimento. O segundo tipo é o valor-notícia de construção, que se refere a forma que o fato será apresentado e o processo do profissional para produzir o conteúdo.

Quadro 3 - Os critérios de noticiabilidade para Traquina (2008)

Critério	Tipo	Definição
Morte	Substantivo	Para o autor, é a única notícia garantida na vida de todos. Faz parte do negativismo presente em grande parte dos veículos jornalísticos.
Notoriedade	Substantivo	Relacionada à importância hierárquica dos indivíduos e suas ações.
Proximidade	Substantivo	Quanto mais próximo, mais fácil de virar notícia. A proximidade pode ser tanto geográfica quanto cultural.
Relevância	Substantivo	Diz respeito a preocupação de noticiar algo pelo impacto do fato na vida das pessoas.
Novidade	Substantivo	Prioriza-se tudo que há de novo. E quando se trata de abordar um acontecimento passado, há de se encontrar alguma novidade.
Tempo	Substantivo	Valor-notícia na forma da atualidade. Quando já transformado em notícia, o fato acaba servindo como gancho para outro assunto.
Notabilidade	Substantivo	Qualidade de ser visível, tangível. Diz respeito à quantidade de pessoas que o fato envolve, a algo que é fora do comum, ao excesso e a falha.
Inesperado	Substantivo	Aquilo que irrompe e que surpreende as expectativas, um fato que subverte a rotina da produção jornalística.

Conflito/controvérsia	Substantivo	Diz respeito à violência física ou simbólica, seja uma briga ou um embate de ideias, por exemplo.
Infração	Substantivo	Violação e transgressão de regras, principalmente os crimes.
Escândalo	Substantivo	Pode ser relacionado a função mítica do jornalista como um cão de guarda das instituições democráticas. Exemplo: <i>watergate</i>
Disponibilidade	Substantivo	Diz respeito a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento. É considerado um critério contextual.
Equilíbrio	Substantivo	Relacionado a quantidade de notícias existentes sobre este acontecimento ou assunto. O jornalista pode, eventualmente, escolher não dar o assunto pois já foi pauta há pouco tempo. Também é um critério contextual.
Visualidade	Substantivo	Se refere à quantidade e qualidade das imagens envolvidas no fato. Também é um critério contextual, principalmente válido para o telejornalismo.
Concorrência	Substantivo	Refere-se a busca pelo furo e exclusividade no meio competitivo, também é um critério contextual.
Dia noticioso	Substantivo	Trata-se dos acontecimentos concorrerem com outros acontecimentos. Critério contextual referente a um dia cheio de factuais.
Simplificação	Construção	Facilidade de compreensão pelo grande público.
Amplificação	Construção	Diz respeito à possibilidade do "aumento" do sentido do impacto da notícia. Quanto mais amplificado, mais possibilidades da notícia ser notada.
Relevância	Construção	Neste caso, a relevância significa dar sentido à notícia durante a construção. Contextualizar, tornar abrangente e relevante.
Personalização	Construção	Trata-se da capacidade de identificação do receptor com a notícia.
Dramatização	Construção	Diz respeito a inserção do acontecimento em uma narrativa e num contexto conhecido.

Fonte: elaborado pela autora a partir de Nelson Traquina (2008, p. 79-93)

Silva (2008) diz que os valores-notícia são apenas parte do processo. Para a autora, os valores-notícia "são somente um subgrupo de fatores agindo juntamente

com esse segundo conjunto de critérios de noticiabilidade, relacionados agora ao tratamento do fato" (Silva, 2008, p. 98). Além disso, este processo de seleção, como já disse a teoria do *gatekeeper*, também sofre as influências dos jornalistas e também do contexto em que eles estão inseridos, além dos interesses do próprio público consumidor. Traquina (2008, p.62) diz que o jornalista é um espelho do que reflete a realidade. Na prática, os valores-notícia são apenas uma etapa de outros critérios para decidir a noticiabilidade de um fato.

3. OS LIMITES ENTRE A INFORMAÇÃO E O ENTRETENIMENTO

O jornalismo, como apontado pelos autores do capítulo anterior, é um dos pilares da democracia e tem função essencial de prestar serviço público à população. Com o passar do tempo, novas possibilidades midiáticas surgiram. Entre elas, o sensacionalismo, um mecanismo utilizado para captar o telespectador pelo lado emocional e ultrapassar a concorrência a qualquer custo. Por outro lado, o infotainment surge da combinação de fatores de informação e entretenimento. É uma abordagem diferente, que utiliza de técnicas para misturar fatos e notícias com conteúdos divertidos. Neste capítulo, serão abordadas as características e aplicações dos conceitos no telejornalismo brasileiro.

3.1 SENSACIONALISMO

Quando se trata de jornalismo, uma das acusações mais fortes a se fazer a respeito de um veículo de imprensa é chamá-lo de sensacionalista. O fenômeno atinge diretamente o público, porque trata e reprocessa fatores culturais, próprios da vida da população.

O leitor (ou telespectador, ou ouvinte) entende sensacionalismo como uma palavra-chave que remete a todas as situações em que o meio de comunicação, no entender dele, tenha cometido um deslize informativo, exagerado na coleta de dados (*desequilibrando* o noticiário), publicado uma foto ousada, ou enveredado por uma linha editorial mais inquisitiva (Angrimani, 1994, p. 13).

Para Ramos (2012, p.29), "o sensacionalismo parece seduzir pelo imaginário do *o quê*, no qual o telespectador parece se sentir interpelado". Neste sentido, o fenômeno é um estilo apelativo, que peca pelo excesso. De acordo com Angrimani (1994, p.16), "sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento". Ainda segundo o autor, o noticiário que é sensacionalista tem a credibilidade discutível, já que extrapola o real e superdimensiona os fatos (Angrimani, 1994).

O conceito tomou força no final do século XIX, com a Imprensa Amarela nos Estados Unidos. O termo surgiu a partir dos desenhos de Richard Outcault. Uma das histórias em quadrinhos publicada pelo artista chamava-se "Hogan's Alley", e ficou

conhecida como "Yellow Kid" pela roupa amarela do personagem. Os jornais *New York World* e *New York Journal American* passaram a disputar circulação e foram acusados pelos críticos da época de *sensacionalizar* as notícias. O desenho do personagem era impresso em cor amarela, para atrair o público. Dentre as técnicas que caracterizavam a imprensa amarela estavam as manchetes escandalosas em letras garrafais, o uso abusivo de ilustrações, fraudes como falsas entrevistas e histórias, quadrinhos coloridos, e a transformação do repórter em um cruzado a serviço do consumidor (Angrimani, 1994, p. 22).

De acordo com Ramos (2012), o termo foi substituído por Imprensa Marrom no Brasil. Foi em 1960, quando o então chefe de redação do *Diário da Noite* definiu que a cor marrom simbolizava melhor a mídia sensacionalista do que a cor amarela. Ele estava preparando uma manchete sobre o suicídio de um jovem que foi chantageado pelas revistas sensacionalistas da então Imprensa Amarela (Ramos, 2012, p. 23).

A história da imprensa sensacionalista no Brasil pode ser relacionada com o aparecimento de rubricas com *fait divers* de antigos e tradicionais jornais. O termo é francês e significa, para Larousse (1872), notícias que correm o mundo. É todo tipo de fato, sem discriminação, desde crimes, acidentes e suicídios, até acontecimentos fantásticos e apavorantes. O que os une é justamente a prática desviante, e é uma das formas pelas quais o sensacionalismo se expressa. Os *fait divers* alimentam a espetacularização diária do cotidiano. No caso de pequenas notícias sobre crimes, por exemplo, é utilizado enredo dramático, texto que deixa no imaginário se o fato é real ou ficção. Para Angrimani (1994, p.26), "o sensacionalismo vai buscar no insólito e na extravagância do *fait divers* o ingrediente preponderante da manchete de capa". É, resumidamente, levar a audiência a consumir a notícia priorizando a emoção em detrimento do fato.

No *fait divers*, as proteções da vida normal são rompidas pelo acidente, catástrofe, crime, paixão, ciúmes, sadismo. O universo do *fait divers* tem em comum com o imaginário (o sonho, o romance, o filme) o desejo de enfrentar a ordem das coisas, violar os tabus, levar ao limite a lógica das paixões (Morin, 1962 *apud* Angrimani, 1994, p.26).

A linguagem sensacionalista não está presente apenas na mídia impressa. Para Angrimani (1994), na televisão, a edição de um jornal sensacionalista é

diferente de outro com características informativas, pois "há necessidade de mostrar justamente o que o outro não mostra" (Angrimani, 1994, p. 40). O repórter, por exemplo, apela para o dramático, com o objetivo de ser convincente. As imagens, tão importantes para o telejornalismo, são quase cruas: prioriza-se o choro, o sangue, a morte e a dor, quando a notícia for sobre isso. Ainda para o autor, a postura do repórter também muda na hora da entrevista. Angrimani (1994) cita como exemplo o caso de um estuprador para afirmar que o repórter "não pode igualmente optar pela objetividade e distanciamento. O ideal é assumir o papel de *superego* e ser bastante agressivo com o transgressor, usando o microfone as imagens e as perguntas como um chicote punitivo" (Angrimani, 1994, p.40). Para o autor, o que difere um informativo comum de um sensacionalista é, principalmente, a linguagem. Para categorizar, apresenta dois tipos: a linguagem sógnica e a linguagem clichê. A primeira delas estabelece um filtro para emoções fortes, filtrando na edição para que temas sensíveis sejam consumidos com cautela pelo público. A linguagem sógnica apresenta um distanciamento entre sujeito e objeto, priorizando o conteúdo puramente informativo. Já o clichê instiga o telespectador a sentir as emoções ligadas a história, priorizando lembrar inconscientemente o receptor de sentimentos e emoções já vividas, causando uma sensação de identificação e comoção.

O clichê retrata o emocional, que busca insistentemente uma saída para a consciência, caracterizada pela forma repetitiva de agir [...] É também característica do clichê que essas imagens de felicidade, de agressividade, com as quais o receptor se identifica, não se aproximem da experiência real vivida pelas pessoas: no momento de sua expansão elas são interrompidas e desviadas para as imagens ou esquemas convencionais, que descarregam essa tensão (Marcondes Filho, 1988 *apud* Angrimani, 1994, p. 38).

Através de um estudo do jornal carioca *Luta*, Pedroso (2001) desenvolveu algumas categorias para definir as principais regras da prática ou do modo sensacionalista de produção no jornalismo. Ramos (2012), através deste estudo, selecionou estas como as principais: intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica; ambivalência linguístico-semântica, que produz o efeito de informar, através da não identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, forma espetacular e desproporcional; adequação discursiva ao status semiótico das classes populares; destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos,

subtração de elementos importantes e acréscimo ou intervenção de palavras ou fatos; valorização de conteúdos ou temáticas isoladas, com pouca possibilidade de desdobramento nas edições subsequentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural (Ramos, 2012, p. 36). Além destas, Pedroso (2001c) ainda acrescenta a discursividade repetitiva, fechada ou centrada em si mesma, ambígua, motivada, impositiva, despolitizadora, fragmentária, unidirecional, vertical, ambivalente, dissimulada, indefinida, substitutiva, deslizante, avaliativa, sedutora; exposição do oculto mais próximo; produção discursiva sempre na perspectiva trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica; especificidade discursiva de jornal empresarial-capitalista, pertencente ao segmento popular da grande imprensa industrial-urbana, em busca da consolidação econômica no mercado jornalístico; escamoteamento da questão popular, apesar do pretense engajamento com o universo social marginal; gramática discursiva, fundamentada no desenvolvimento sócio-econômico-cultural entre as classes hegemônicas e populares (Pedroso, 2001, p. 123).

Além destas, Angrimani (1994), também identifica algumas fortes características do sensacionalismo, dispostas no quadro a seguir.

Quadro 4 - Características do conteúdo sensacionalista

Característica	Definição
Superdimensionamento	Uso de fatos não-jornalísticos, transbordando para o exercício ficcional, em formato de matéria jornalística.
Coloquialismo	Uso exacerbado de expressões populares, gírias e até mesmo palavrões, transbordando o uso comum da linguagem coloquial.
Transgressão-punição	Uso de fetichismo, voyeurismo, sadomasoquismo, coprofilia, pedofilia, entre outras ações transgressoras com objetivo de dar vazão a <i>fantasias</i> sádicas do telespectador. Por outro lado, tem objetivo de punir e castigar através de manchetes e textos onde predomina a <i>lição de moral</i> .
Manchetes duvidosas	Uso de palavras ambíguas para descrever notícias e induzir o telespectador a ter uma ideia diferente do que a realidade.

Cascata	Reportagem fictícia, inventada na redação, baseada em relatos com comprovação improvável.
Falta de contextualização	Falta de inserção da notícia no contexto político-social, a ponto de não demonstrar a importância real do fato.
Uso de pseudociência	Uso de artifícios linguísticos para passar como real uma situação que não tem nenhuma comprovação científica.
Linguagem clichê	Linguagem utilizada para aproximar o sujeito e o objeto, instigando que o telespectador tenha emoções despertadas, rompendo o escudo contra elas.
Tabu	Conjunto de temas citados nas notícias como incesto, canibalismo e homicídio
Perversão	Conjunto de temas citados nas notícias como fetichismo, voyeurismo, sadomasoquismo e coprofagia.
Morte	Uso de imagens e descrição que trazem uma sensação perturbadora para as notícias que envolvem morte. Usualmente, pode-se dividir em morte <i>punitiva</i> , <i>cômica</i> , <i>pitoresca</i> , <i>sádica</i> e <i>casual</i> , formatos de relatar a morte como um espetáculo para o telespectador.

Fonte: elaborado pela autora com base no autor Danilo Angrimani (1994)

Mesmo com todas estas características bem delineadas, o leitor, telespectador ou ouvinte pode seguir se perguntando se o conteúdo que consumiu foi ou não sensacionalista. Isso porque, nem sempre, todos estes artifícios são utilizados ao mesmo tempo. Para Angrimani (1994, p.41), "o sensacionalismo é basicamente uma forma diferente de passar uma informação; uma opção; uma estratégia dos meios de comunicação". Com isto, o autor apresenta a ideia de que um telejornal não-sensacionalista pode ter momentos sensacionalistas. Sutilmente, uma reportagem de um jornal pode ter traços sensacionalistas e na mesma edição, do mesmo noticiário, a próxima matéria não conter nenhuma destas características. A partir desta visão, o sensacionalismo é visto como um gênero, uma escolha editorial. O autor ainda salienta que "o envolvimento emocional, o aparecimento do clichê, não é por si só sensacionalista" (Angrimani, 1994, p. 41). Ou seja, não é possível assumir, através do uso de uma imagem dramática, por exemplo, que todo o telejornal é sensacionalista. Angrimani (1994) utiliza a ideia de uma reportagem

sobre uma criança sequestrada e resgatada pela polícia. A imagem impactante da vítima retornando aos braços da família e dizendo algumas palavras aos repórteres é forte, tem impacto emocional. Mas, somente o uso desta imagem não transforma a matéria em sensacionalista. Para que fosse classificada desta forma seria necessário uma combinação de outros fatores: a edição, a narração, as outras imagens utilizadas, o enfoque, a forma que esta história é contada. Para o autor, o telejornal sensacionalista não pode ter equilíbrio. "A apresentação deve ser chocante, exigindo o envolvimento emocional do público. Haveria mais imagens de gente chorando" (Angrimani, 1994, p. 41). A partir do exemplo, apresentado pelo autor, é possível concluir que uma série de recursos, e não somente um, podem transformar algo em sensacionalista. Quanto a linguagem, citada neste capítulo anteriormente, apesar dos meios de comunicação não-sensacionalistas utilizarem a linguagem sóbria, casos isolados podem conter características do clichê.

O veículo informativo comum - é preciso deixar claro - só adota o sensacionalismo em casos excepcionais, quando há interesse do publisher em dar uma conotação *emocional* a um acontecimento, como por exemplo, quando um veículo faz *campanha* contra determinado candidato em período eleitoral (Angrimani, 1994, p. 152).

Com a evolução da internet e o jornalismo nas redes sociais, o sensacionalismo ganha um novo espaço. Para Steganha (2010, p.62), o sensacionalismo tornou-se ainda mais propício nos novos canais da era pós-moderna, já que o inusitado, curioso e grotesco geram cliques e engajamento. O jornalismo alternativo realizado na internet tem como características, além do sensacionalismo, fazer uso do entretenimento e do espetáculo para reverberar ainda mais o que é divulgado. Essas características refletem uma nova estrutura que une a informação jornalística com o entretenimento, chamada de Infotimento, que utiliza técnicas para entreter e divertir, como o próprio sensacionalismo.

3.2 O INFOTENIMENTO

O surgimento das mídias digitais faz com que as grandes redações enfrentem desafios e precisem de alterações nos modelos de negócios para também

apresentar versões online, com novas linguagens em plataformas antes desconhecidas. Para Dejavite (2008), porém, o entretenimento ainda não havia se estabelecido como um objeto de pesquisa na área comunicacional, provavelmente porque as pesquisas neste âmbito preferem focar na mídia em geral e no jornalismo, o entretenimento é visto como um subproduto. Porém, com a convergência de mídia e combinação de tecnologias, a informação e o entretenimento agora podem ser oferecidos ao mesmo tempo em uma mesma notícia. É neste contexto que surge o conceito de infotimento.

Para Maffesoli (2003), "a pessoa olha um telejornal, em princípio para informar-se, mas, em realidade, toma-o como um espetáculo, um divertimento, um jogo de imagens" (Maffesoli, 2003, p. 17). Mais do que fonte de informação, o telejornal serve como um elo, uma forma de união entre amigos, vizinhos e parentes. E essa mesma medida vale para jornais, rádios, internet e outras formas de mídia. Ainda para o autor, mesmo nos veículos mais sérios, as páginas mais lidas são aquelas que falam de assuntos populares e geram temas para conversas posteriores. Neste sentido, o jornalismo e o entretenimento estão puramente ligados, principalmente na era pós moderna. "A comunicação é divertimento, pois permite constituir as comunidades que fertilizam a vida e fazem esquecer provisoriamente a morte" (Maffesoli, 2003, p. 18). Para Dejavite (2008, p.42), "os estudos sobre entretenimento dividem-se em duas perspectivas: uma otimista e outra pessimista". A primeira delas tende a ver o entretenimento como uma possibilidade de crescimento para as pessoas, focando no alívio das pressões do dia a dia. Já a segunda fala, primordialmente, sobre a alienação e as teorias de manipulação. Em relação a isso, Maffesoli (2003, p.19) afirma que "a manipulação, no fundo, é uma projeção, é o que os moralistas, sempre prontos a dar lições, gostariam de fazer, ou seja, controlar uma emissão poderosa e eficaz, apta a surtir efeito seguro sobre uma recepção passiva". Na visão dos autores, é possível entender que o entretenimento agrega para o processo de formação do homem, como uma ferramenta de socialização.

Nesse sentido, o entretenimento apresenta-se atualmente como um fator diferenciado de pauta jornalística, especialmente para o jornal diário impresso, na medida em que esse meio busca interagir e satisfazer as necessidades e interesses do receptor contemporâneo (Dejavite, 2008, p. 42)

É neste contexto que surge o conceito de infotenimento. Dejavite (2008) define o termo como "a intenção editorial que busca contentar essa necessidade do receptor" (p.42). Necessidade esta que deriva tanto da informação quanto do entretenimento: assim como as pessoas precisam ter acesso a conteúdos de interesse público, também é necessário fornecer os assuntos que são de interesse do público. O interesse público, neste caso, se trata de informações de assuntos pertinentes da sociedade, que tenham relevância político-social: saúde, educação, política, entre outros temas. E o interesse do público é representado pelos conteúdos de divertimento e distração.

De acordo com Dejavite (2008), as fronteiras entre o jornalismo e o entretenimento nunca foram, de fato, bem estabelecidas. Com o avanço da internet e das redes sociais, é ainda mais difícil estabelecer o que é cada uma, já que portais e jornais informativos também publicam materiais de entretenimento. Numa matéria de infotenimento, as duas funções podem ser exercidas ao mesmo tempo. A mesma matéria que informa, contextualiza e traz dados, também pode entreter. Ainda para a autora, "as matérias tidas classificadas como jornalismo de INFOtenimento satisfazem nossas curiosidades, estimulam nossas aspirações, possibilitam extravasar nossas frustrações e nutrem nossa imaginação" (Dejavite, 2008, p.43). E para DeFleur e Ball-Rokeach (1993), já não é possível dizer que notícias seriam informações e o entretenimento não.

Uma das principais características do infotenimento é a notícia *light*. Este conceito apresenta as notícias como instrumentos de informação e também divertimento, ao mesmo tempo. As principais características são o predomínio do visual e do superficial, com valorização do entretenimento. Além disso, tem caráter efêmero, de fácil circulação e com temas leves, que causem distração. É um conteúdo simples de ser entendido e de ser comentado, retomando a ideia de que a televisão e o jornalismo são meios de interação da sociedade, um elo entre amigos, vizinhos, colegas ou até mesmo desconhecidos. Dejavite (2008) delimitou alguns temas tratados em matérias de infotenimento, como:

Comportamento, hobbies, esportes, moda, celebridades, gastronomia (bebidas, culinária etc), casa e decoração, datas comemorativas, automóvel e acessórios, comportamento (por exemplo, dia-a-dia, opinião pública), vendas e marketing, propaganda, cinema, televisão, vídeo, internet, rádio, música, teatro,

dança, espetáculos, eventos, indústria editorial, beleza e estética (ex.: maquiagem, cabelo, dietas, corpo, pele); “faça você mesmo” (ex.: jardinagem, pintura, concertos em geral, bijuterias, artesanato), turismo e lazer (viagem, passeios, bares e restaurantes, festas, aviação civil), consumo, artes plásticas, design, arquitetura e urbanismo, fotografia, cultura (patrimônio, memória, histórico, folclore, museus) jogos e diversões, fofocas, coluna social, ilustração, infográficos, curiosidades, *chisties*, *charges*, previsão do tempo, investimentos pessoais, credices (religiões, ritos, esoterismo, futurologia, fé), formação pessoal (seminários, cursos, palestras, congressos) e empreendedorismo (Dejavite, 2008, p. 44).

Ainda para a autora, conteúdos não jornalísticos, como publicidade e quadrinhos, por exemplo, não se enquadram neste conceito por explorarem a ficção (Dejavite, 2008, p. 44). Para alguns autores, não faz sentido que os conteúdos jornalísticos e os de entretenimento sejam vistos da mesma forma, ou com o mesmo valor-notícia. Para Sousa (2000, p.63), “entreter *jornalisticamente* [...] tende a degradar, em maior ou menor grau, essa função informativa e, conseqüentemente, reguladora e mediadora que os meios de comunicação possuem na sociedade”. Para os críticos, o infotimento pode ser visto como uma estratégia de conquista da audiência que ignora o que, de fato, deveria ser notícia. Através desta visão, põe-se em lados opostos o modelo de produção da informação e o entretenimento, sendo que este apresenta um formato mais barato, fácil e atraente para os consumidores. Para Aguiar (2008), é necessário retomar uma visão histórica da imprensa para abordar estas questões, já que a emergência de um mercado de massa fomenta a publicidade, que se torna o maior meio de sustentação da prática jornalística (Aguiar, 2008, p. 20) É neste ponto que o sensacionalismo também entra, quando são utilizadas estratégias para prender o consumidor, produzindo um modelo de notícia feito para agradar e distrair o telespectador. Ainda para Aguiar (2008, p.23), a estratégia do infotimento tem o poder de destruir a credibilidade das empresas junto ao público, impedindo que sejam difundidas as notícias mais sérias, ignorando o fato de que a função primordial do jornalismo deveria ser apurar e relatar com exatidão os fatos. O que de fato diferencia um veículo sério da imprensa sensacional, neste caso, seria o modo de utilização das narrativas sensacionalistas, já que praticamente todos estão reféns da disputa por audiência.

Já para Dejavite (2008), o conteúdo editorial no século XXI não pode ser mais limitado a este paradigma. A autora acredita que “ao se hierarquizar e reduzir determinados assuntos como entretenimento e desvanecer suas possibilidades

críticas [...] minimizam-se os aspectos políticos, os sociais, os culturais e os psicológicos do divertimento" (Dejavite, 2008, p. 45). Esta visão presume que o jornalismo de infotenimento pode se integrar aos padrões jornalísticos, com seriedade, precisão e ética, aliado a outras características como a leveza, transitando entre gêneros jornalistas enquanto informa e distrai o telespectador.

Tendo em vista a visão dos diferentes autores, é possível concluir que o infotenimento ainda não é um consenso quando se fala em jornalismo de informação. Mas, é inegável que, com a ascensão das redes sociais e o surgimento de portais de notícias que não tem credibilidade, os tradicionais veículos jornalísticos precisam se adaptar para entregar aquilo que a audiência quer ver, seja a notícia propriamente dita ou ela numa visão mais leve, como no infotenimento.

De forma geral, o infotenimento está presente principalmente nas matérias que tratam de grandes eventos da mídia, por exemplo. É o caso da família real britânica. Seja nos tabloides de fofoca ou nas páginas dos principais noticiários do mundo, os assuntos relacionados à família sempre estão nas manchetes.

4. A HISTÓRIA DA FAMÍLIA REAL BRITÂNICA SOB A LENTE DA MÍDIA

Desde os primórdios da comunicação de massa, a família real britânica é um dos assuntos mais abordados por veículos jornalísticos. Seja por tabloides, canais de televisão internacionais e até mesmo os brasileiros, tudo o que acontece com os membros da realeza está em pauta. Este capítulo busca recuperar a história da família real para entender como a instituição se constituiu com tanto destaque, além de explorar a morte da Rainha Elizabeth II, a principal figura da monarquia britânica, e também entender de que forma os principais assuntos da realeza foram tratados pelos veículos jornalísticos.

4.1 A HEGEMONIA DA REALEZA BRITÂNICA

Como modelo político, a monarquia é uma das formas mais antigas de governar. Montesquieu (2000) identifica três tipos de governo: o republicano, o monárquico e o despótico. Para ele, o governo monárquico supõe proeminências, hierarquia e nobreza de origem.

Os poderes intermediários, subordinados e dependentes, constituem a natureza do governo monárquico, isto é, daquele onde um só governa com leis fundamentais. Eu falei dos poderes intermediários subordinados e dependentes: de fato, na monarquia, o príncipe é a fonte de todo poder político e civil. Estas leis fundamentais supõem necessariamente a existência de canais médios por onde flui o poder: pois, se existe num Estado apenas a vontade momentânea e caprichosa de um só, nada pode ser fixo e, conseqüentemente, nenhuma lei pode ser fundamental (Montesquieu, 2000, p.26).

Entre as formas de monarquia, duas se destacam. A primeira delas é a absoluta, onde o poder do monarca vai além do de chefe de estado. Ele é superior a outros órgãos do governo, estando acima de qualquer instituição, acumulando as funções dos três poderes e podendo atuar como poder executivo, legislativo e judiciário. E a segunda é a monarquia constitucional, caracterizada pela limitação dos poderes do monarca. A grande maioria adota o sistema parlamentarista, onde o chefe de governo é o primeiro ministro, escolhido entre os membros do parlamento. Atualmente, existem 43 Estados monárquicos no mundo. O sistema constitucional,

considerado um regime democrático, representa a maior parte deles, inclusive a monarquia britânica.

Com o fim das sociedades feudais, no século XVI, iniciava-se o período da história moderna, onde uma nova organização sociopolítica viria a fortalecer o poder real e as monarquias como formas de governo. Em 1558, com a ascensão da Rainha Elizabeth I ao trono, o império britânico construiu uma frota marinha poderosa, que se tornou o principal diferencial na conquista por territórios nos séculos seguintes. Durante a *era Elisabetana*, a Inglaterra se tornou a maior potência econômica, política e cultural da Europa. Nos séculos XVII e XVIII, após o período Elisabetano, foram as estratégias expansionistas que dominaram os reinados. Na metade do século XIX destaca-se a era vitoriana, com uma grande presença global e o surgimento de novos meios de comunicação, como o telégrafo, serviços postais de mercadorias, navios a vapor e ferrovias (Almeida, 2015, p.91). Além disso, a expansão do império britânico na era vitoriana representa a primeira fase do resgate e criação de tradições da monarquia. Hobsbawm (2012) destaca a forte expansão dos meios de comunicação característico do período, além da expansão territorial, com 27% das terras ocupadas e delimitadas em territórios conhecidos, além da influência econômica em diversos outros locais. O surgimento da fotografia, jornais diários e influência da pintura também ajudaram a criar o identitário da realeza.

A significância de Vitória para a história da monarquia europeia também deriva do número impressionante de seus filhos - nove - e da energia que ela e Albert dedicaram aos seus casamentos. De fato, a maioria dos monarcas e ex-monarcas europeus de hoje, desde a Noruega até a Romênia, podem traçar sua ascendência de volta ao casal real (Conradi, 2012, p.12, tradução própria).⁴

Com o passar dos anos, a criação do imaginário e do simbolismo na monarquia configurou-se como uma presença de destaque e composição do senso comum da sociedade. Para Almeida (2015), este simbolismo alimenta de uma *forma mágica* a noção de encantamento, principalmente através dos rituais mantidos pela monarquia e amplamente noticiados pelos veículos televisivos: "Estamos presentes,

⁴ *Victoria's significance to the story of European monarchy derives also from the sheer number of her children – nine – and the energy she and Albert devoted to their marriages. Indeed, the majority of European monarchs and former monarchs today from Norway to Romania can trace their ancestry back to the royal pair (Conradi, 2012, p.12).*

mesmo que a distância, nestes eventos, bastando para isso acessar o meio transmissor das imagens, dentro de um roteiro previamente elaborado" (Almeida, 2015, p.50).

A primeira década do século XX marca uma mudança no poderio britânico, principalmente a respeito das colônias, que estavam se tornando independentes. É neste momento que surge a *Commonwealth*, ou Comunidade de Nações. De acordo com Almeida (2015), a comunidade tem, historicamente, o objetivo de promover integração entre as ex-colônias do Reino Unido. Para isso, são concedidos benefícios e facilidades comerciais, além de assistência e harmonização política. Para McIntyre (1991), a *Commonwealth* não foi algo planejado. Foi uma necessidade que surgiu a partir do cenário político e do medo da perda da hegemonia. Hoje em dia são 56 países membros independentes.

É em 1952, com a coroação da Rainha Elizabeth II, que a monarquia britânica entra em um novo período. De acordo com Almeida (2015), "a monarca estabelece a partir dessa fase novos vínculos simbólicos midiáticos por meio da produção de eventos, rituais e cerimônias, realizadas em diferentes pontos do império, produzem imagens que vão ganhando pouco a pouco maior amplitude". É a partir deste período que a família real deixa de ser uma instituição política e passa a despertar o reconhecimento da mídia mundial, a partir dos significados criados em sua construção simbólica.

Atualmente, o papel constitucional do monarca britânico é a chefia do Estado e a aprovação da indicação do primeiro-ministro feita pela Câmara dos Comuns. Desde o fim do século XIX, ficou acertado em lei que o monarca tem três direitos – “o direito de ser consultado, o direito de aconselhar e o direito de advertir”. Neste aspecto, mesmo que dispensada de quaisquer afazeres administrativos diretos, todos os anos a atual soberana abre os trabalhos do Parlamento com a coroa na cabeça, dando sequência a uma série de rituais que lembram práticas medievais, pronunciando um discurso escrito não por ela, mas pelo governo, representado pelo primeiro-ministro (Almeida, 2015, p. 27).

Muito além de rainha, Elizabeth II tornou-se um ícone reconhecido mundialmente. A monarca precisou assumir o papel mais importante da coroa britânica cedo, aos 25 anos. Durante o reinado, que foi o mais longo da história, a monarca viajou pelos quatro cantos do mundo em missões diplomáticas, carregando

multidões de admiradores por onde passava. Segundo o site oficial da família real, a rainha manteve relacionamentos próximos com os primeiros-ministros que assumiram o cargo durante seu reinado. Mesmo se mantendo politicamente neutra, Elizabeth era famosa por encorajar ou alertar os parlamentares. Além de tudo isso, a rainha foi consagrada pela popularidade durante todo o seu reinado. A coroação, inclusive, é considerada o primeiro evento transmitido pela televisão para o Reino Unido e países da *Commonwealth* (Almeida, 2015, p. 95). O rosto da rainha se torna um símbolo do país, através de bandeiras, souvenirs, arte, música, cultura... de alguma forma, a monarca estava presente em todos os âmbitos da sociedade britânica. Nos Jogos Olímpicos de Londres em 2012, a popularidade da rainha ficou elucidada na cerimônia de abertura. De acordo com uma matéria do jornalista Guilherme Costa para o Globo Esporte, a manifestação se deu através de uma cena que mostra Elizabeth II e o policial ficcional James Bond chegando juntos ao estádio pulando de paraquedas. A cena, interpretada por dublês, mostra a forma que ela, como autoridade, tinha este apelo popular no mundo todo (Costa, 2022). Almeida (2015) listou alguns possíveis fatores que tenham feito a família real ficar em destaque durante os 70 anos de reinado da rainha Elizabeth II. Entre eles, está o fato de que a rainha foi a representação da nação britânica, unindo interesses nacionais de forma suprapartidária. Além disso, a rainha foi chefe da Igreja Anglicana, aproximando a figura dela ao sagrado. O autor também destaca a cultura de massa e a amplitude dos meios e formas de comunicação, que aproximam a distância entre súditos e monarca (Almeida, 2015, p. 28)

Com a morte de Elizabeth II, em 2022, quem assume o trono é o Rei Charles III. O sucessor ao trono é o Príncipe William, como disposto na figura abaixo. De acordo com o site oficial da Família Real, os membros da monarquia realizam mais de 2 mil compromissos oficiais por ano, tanto no Reino Unido quanto no exterior. Estes compromissos variam muito, entre visitar comunidades, receber visitas importantes, como chefes de estado, além de realizar visitas em outros países quando o monarca não está disponível. Pelo menos 70 mil pessoas são recebidas para jantares, almoços, recepções e festas nas residências reais a cada ano. Além disso, são 100 mil cartas respondidas pelos integrantes da família real por ano. Também há destaque para a atividade em ações de caridade e o apoio às forças armadas do país.

Segundo reportagem de Sofia Kercher (2023), para a CNN, a família real tem um império de mais de 28 bilhões de dólares, que injeta centenas de milhões de libras na economia britânica todos os anos. Porém, a instituição não é autossustentável. A principal fonte de renda é o *Subsídio Sobreano*, um pagamento financiado pelo contribuinte fornecido pelo governo britânico para cobrir custos de deveres oficiais da monarquia. Este subsídio consiste em 15% do lucro do *Crown Estate*, que engloba propriedades que não são de posse nem da família real, nem do estado. Em maio de 2023, o *Crown Estate* tinha 16,4 bilhões de libras em patrimônio líquido, mais de 100 bilhões de reais. Já a riqueza privada da coroa vem dos lucros de dois ducados, o de Lancaster, pertencente ao rei Charles III, e o da Cornualha, pertencente ao príncipe de Gales. Heranças pessoais também estão inclusas na lista de rendas da família real (Kercher, 2023).

Todas estas informações, com o passar dos anos, tornaram-se cada vez mais curiosas ao público. Muito do que envolve a realeza já é exposto: os rituais como coroações, casamentos, nascimentos e funerais; tudo isso é transmitido e divulgado. Mas, a criação deste simbolismo em torno da realeza também leva a uma certa teatralização, uma ideia de que a família real seja um artigo para entretenimento que desperta a curiosidade a respeito da vida pessoal dos integrantes. Através disso, surgem as representações no cinema, como o filme *A Rainha*, de 2006, e também nas plataformas de streaming, como a premiada série *The Crown*, de 2015. Esta última retrata os conflitos e polêmicas da família real britânica, e, segundo uma matéria do Estadão, a audiência cresceu 800% depois da morte da rainha Elizabeth II (Estadão, 2022).

No âmbito jornalístico, grandes momentos da família real também ganham destaque em noticiários do mundo todo. Em alguns casos, pela influência desta visão fantasiosa da monarquia, são utilizados elementos sensacionalistas e espetaculares. Para Almeida (2015), "As matérias investem no imaginário e despertam a curiosidade dos telespectadores, garantindo elevados índices de audiência" (Almeida, 2015, p.126). Ainda de acordo com o autor, os assuntos que envolvem a família real também ajudam a aumentar a audiência das emissoras. É o caso do casamento entre o príncipe William e Kate Middleton, em 2011. A transmissão pela Rede Globo obteve 4 pontos a mais de audiência em relação às demais emissoras, e em comparação com os números habituais da emissora para o horário da transmissão, que foi entre 6h50 e 8h30 (Almeida, 2015, p. 127).

Justamente esse retorno de audiência e o uso do imaginário e elementos de fascínio e encantamento fizeram com que grandes acontecimentos fossem cobertos pela mídia de uma forma teatral. Um dos mais marcantes é a morte da princesa Diana, em 1997. A princesa de Gales teve seu velório e enterro transmitidos para cerca de 60 países com uma audiência superior a um bilhão de pessoas em todo o mundo (Rondelli e Herschmann, 2000). Rondelli e Herschmann (2000) ressaltam que as narrativas do falecimento de Diana não só alcançaram grande espaço na mídia, mas também geraram impacto social comparável, neste século, somente a comoção causada nas duas guerras mundiais (Rondelli e Herschmann, 2000, p. 213)

Como já apresentado neste trabalho, de acordo com Angrimani (1994), a forma como a morte é retratada para o telespectador é um fator sensacionalista, e este aspecto pode ser identificado na cobertura da morte da princesa. Para Penfold-Mounce (2017), a morte de Diana marcou uma nova forma de falar da morte de pessoas famosas pela mídia. O fato marca o início da *morte midiática*, quando o acontecimento deixa de ser uma nota ou reportagem simples, mas sim uma grande cobertura da mídia para o consumo do público (Penfold-Mounce, 2017).

Embora sua realeza tenha sido, de certa forma, retirada com o divórcio, Diana foi idolatrada como a "Princesa do Povo" e a "Rainha dos Corações". Apesar de ter um relacionamento volátil com a mídia, foi a cobertura da sua morte que a ajudou a alcançar um status quase santo. Ela nunca envelhecerá e sua beleza nunca se apagará. Diana está eternamente congelada no tempo através de sua morte midiática (Penfold-Mounce, 2017).⁵

Outro episódio marcado pelo sensacionalismo na cobertura foi a morte da rainha Elizabeth II, em setembro de 2022. Da mesma forma, o velório foi transmitido pela televisão e internet. As imagens, porém, não se concentravam apenas no ritual em si. De acordo com Baitello Júnior e Rosário (2023), detalhes emotivos, como as lágrimas derramadas por Meghan Markle, esposa do príncipe Harry, foram destaque. O casal é tema de uma das principais polêmicas da família real hoje em dia, por terem rompido com a instituição. Além disso, detalhes que geram espetacularização e drama, como o momento em que um dos guardas reais tem um mal estar e cai no

⁵ *Though her royalty was in a sense stripped by her divorce, Diana has become idolized as the "People's Princess" and the "Queen of Hearts". Despite sharing a volatile relationship with the media, it was their coverage of her death that aided her in achieving saint-like status. She will never grow old and her beauty will never dim. Diana is forever frozen in time through her mediated death (Penfold-Mounce, 2017).*

chão, também gerou imagens que rodam no mundo (Baitello Júnior; Rosário, 2023, p. 7). Ou seja, a morte não é apenas uma notícia. Trata-se de uma grande espetacularização do fato.

A partir deste fato a imprensa mobilizou jornalistas ao redor do mundo para realizar a cobertura. Além dos tradicionais jornais britânicos como *The Guardian*, *The Daily Telegraph*, *The Sun*, *Daily Star*, *Daily Mirror*, *Daily Mail* e *The Times*, a notícia tomou conta das capas de jornais ao redor do mundo todo. No Brasil, além dos jornais impressos, os veículos jornalísticos de rádio e TV se debruçaram sobre o assunto para dar conta de cobrir com profundidade, realizando análises e recuperações históricas da vida da rainha e dos próximos passos da monarquia britânica. É o caso da Band TV, que será apresentado no capítulo que segue.

5. ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

O presente capítulo aprofunda a análise da cobertura do Jornal da Band na morte da Rainha Elizabeth II. Serão apresentados os métodos e procedimentos utilizados para responder a pergunta que norteia esta pesquisa, buscando analisar em que medida a cobertura jornalística do Jornal da Band da morte da Rainha Elizabeth II apresentou características sensacionalistas em suas reportagens.

5.1 OBJETO DE PESQUISA: AS REPORTAGENS DO JORNAL DA BAND

No formato atual, o Jornal da Band surgiu em 1997. Antes, o noticiário tinha outro nome: Jornal Bandeirantes, no ar desde 1977, assumindo o apelido informal da emissora utilizado desde 1993. O telejornal começa às 19h20 e tem duração de uma hora e dez minutos. No site da emissora, é definido como "Noticiário diário que apresenta os principais acontecimentos no Brasil e no Mundo com neutralidade e profissionalismo" (Band Uol, 2024). Em 2007, o telejornal passou a ser transmitido em alta definição. Mais tarde, com a chegada das redes sociais, foi o primeiro a ser transmitido pelo Facebook. Em abril de 2017, passou a ser transmitido pelo Youtube e, desde 2020, é disponibilizado na internet somente por esta plataforma - não mais no Facebook. As reportagens veiculadas são publicadas nas redes sociais da emissora e cortes de vídeos também no site Band.com.br. (Band Uol, 2023).

Em 2023, quando completou 45 anos, o jornal foi repaginado. Houve mudanças no estúdio, identidade visual, vinheta e abertura, sendo essa a 19ª transição na história do jornal. Desde então, é apresentado pelos jornalistas Eduardo Oinegue e Adriana Araújo. Oinegue assumiu o posto de Ricardo Boechat, que faleceu em um acidente de helicóptero no dia 11 de fevereiro de 2019. Boechat apresentava o noticiário desde 2006 (Band Uol, 2023).

Entre os dias 8, 9, 10, 12, 13, 14 e 15 de setembro de 2022, que marcam a primeira semana após a morte da rainha, foram veiculadas 56 reportagens sobre a notícia, em diferentes formatos: links ao vivo, VTs, notas, notas cobertas e apresentações no telão do estúdio. Os repórteres mais envolvidos na cobertura foram Felipe Kieling, Fernanda Zaffari e Sonia Blota, enviados especiais na Europa. Outros profissionais do grupo também participaram com matérias feitas no Brasil em diversas praças da emissora, principalmente São Paulo.

Quadro 5: Matérias veiculadas no Jornal da Band sobre a morte da Rainha Elizabeth II na primeira semana após a morte

Data do telejornal	Número de reportagens sobre a morte da Rainha Elizabeth II
8 de setembro de 2022	17
9 de setembro de 2022	13
10 de setembro de 2022	5
12 de setembro de 2022	6
13 de setembro de 2022	3
14 de setembro de 2022	1
15 de setembro de 2022	1

Fonte: elaborado pela autora

Pela impossibilidade de analisar o todo, em função do grande volume de conteúdo, optou-se por considerar para este trabalho apenas as reportagens de abertura das edições do telejornal, nos dias 8, 9, e 10 de setembro. Apenas uma matéria selecionada para análise está fora do critério citado anteriormente. Entendeu-se que o VT *Rainha POP*, veiculado no dia 8 de setembro no segundo bloco do telejornal, contém características que justificam a escolha. No total, foram selecionadas quatro reportagens, indicadas na tabela abaixo:

Quadro 6: Reportagens selecionadas para análise na pesquisa

Reportagem	Identificação	Sinopse	Repórter	Data
VT MORTE RAINHA	R1	Resumo dos acontecimentos dos últimos dias de vida e do dia da morte da rainha, com a repercussão em Londres	Felipe Kieling	08/09/2022
VT RAINHA POP	R2	Reunião de referências culturais sobre a rainha. Foco na popularidade da	Juliano Dip	08/09/2022

		monarca e nas representações da mesma na sociedade.		
VT DIA REI CHARLES	R3	Resumo das atividades do Rei Charles III, que assume o trono depois da morte de Elizabeth II.	Felipe Kieling	09/09/2022
VT REI PROCLAMADO	R4	Proclamação do Rei Charles III, ainda com repercussão da morte da rainha.	Felipe Kieling	10/09/2022

Fonte: elaborado pela autora a partir das reportagens do Jornal da Band

Todas as matérias estão na abertura dos jornais, com exceção do VT Rainha Pop, que está no segundo bloco. Para facilitar, utilizaremos R1, R2, R3, e R4 para identificar as matérias analisadas.

5.2. TÉCNICA DE ANÁLISE DE DADOS

Neste estudo tem-se a técnica de análise de conteúdo. Para Bardin (2011), a técnica metodológica pode se aplicar em diversos discursos, buscando compreender as características por trás das mensagens que são consideradas nesta análise. É necessário buscar uma segunda significação para aquilo que é analisado para se ter um entendimento completo da mensagem.

A técnica foi aplicada inicialmente nos Estados Unidos como um instrumento de análise das comunicações. Ao analisar a obra de Bardin (2011), Câmara (2012) divide três fases fundamentais a serem seguidas: a pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados - a inferência e a interpretação. A primeira fase é de organização. É nela que se define um esquema de trabalho. Neste ponto, são escolhidos os documentos que serão submetidos à análise, formulação de hipóteses e sistematização das ideias iniciais. Já na segunda, é feita a categorização e classificação dos blocos que representam determinadas categorias. Já na terceira, o pesquisador interpreta aquilo que foi visto, procurando além dos resultados brutos, mas também um sentido por trás daquilo (Câmara, 2012).

Na perspectiva da análise do conteúdo, as categorias são vistas como rubricas ou classes que agrupam determinados elementos reunindo características comuns. No processo de escolha de categorias adotam-se os critérios semântico (temas), sintático (verbos, adjetivos e pronomes), léxico (sentido e significado das palavras – antônimo ou sinônimo) e expressivo (variações na linguagem e na escrita). Este processo permite a junção de um número significativo de informações organizadas em duas etapas: inventário (onde isolam-se os elementos comuns) e classificação (onde divide-se os elementos e impõem-se organização) (Dos Santos, 2012, p. 386).

Após definir o que será analisado, é necessário estabelecer as categorias. Bardin (1997) diz que o critério de categorização pode ser semântico, através de categorias temáticas; sintático, por meio de verbos e adjetivos; léxico, classificando palavras através do sentido; ou expressivo. Ainda para Bardin (2011), na fase da interpretação dos dados, o pesquisador deve voltar ao seu referencial teórico para embasar as análises e a interpretação. A partir disso, foi montada uma tabela para guiar a análise desta pesquisa.

Quadro 7: Critérios de análise

Critérios	Definição	Pergunta guia
Coloquialismo	Uso exacerbado de expressões populares, gírias e até mesmo palavrões, transbordando o uso comum da linguagem coloquial.	O uso de expressões coloquiais é excessivo?
Superdimensionamento	Uso de fatos não-jornalísticos, transbordando para o exercício ficcional, em formato de matéria jornalística.	Há uso de fatos não-jornalísticos?
Linguagem clichê	Linguagem utilizada para aproximar o sujeito e o objeto, instigando que o telespectador tenha emoções despertadas, rompendo o escudo contra elas.	A linguagem utilizada pode ser considerada clichê?

Espetacularização da morte	Uso de imagens e descrição que trazem uma sensação perturbadora para as notícias que envolvem morte. Usualmente, pode-se dividir em morte <i>punitiva</i> , <i>cômica</i> , <i>pitoresca</i> , <i>sádica</i> e <i>casual</i> , formatos de relatar a morte como um espetáculo para o telespectador.	A morte é espetacularizada no conteúdo?
Valorização da emoção	A priorização dos elementos emotivos em detrimento da informação.	A emoção é priorizada ao invés da informação?

Fonte: Elaborado pela autora com base nos autores Angrimani (1994) e Ramos (2012)

As categorias criadas servirão como base para análise de cada abordagem do assunto no Jornal da Band, que é o objeto de pesquisa. Suas definições partem do capítulo já apresentado nesta pesquisa sobre sensacionalismo e tem base nas obras dos autores Angrimani (1994) e Ramos (2012). A partir disso, as perguntas guia servirão como base para responder a pergunta desta pesquisa: em que medida a cobertura jornalística da morte da Rainha Elizabeth II no Jornal da Band, da Bandeirantes TV, apresentou características sensacionalistas em suas reportagens? A partir do trabalho de Bardin (1977), utilizaremos o procedimento por *caixas*. Neste, "é fornecido o sistema de categorias e repartem-se da melhor maneira possível os elementos, à medida que vão sendo encontrados" (Bardin, 1977, p.119). Ou seja, dividem-se as categorias antes para depois aplicá-las na análise dos resultados. Portanto, a pesquisa é majoritariamente qualitativa com incidência de análise quantitativa, onde serão avaliadas as edições do noticiário e quantificados os aspectos sensacionalistas a partir das categorias criadas.

5.3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

A partir dos critérios estabelecidos no Quadro 6 desta pesquisa, este subcapítulo tem como objetivo aplicar as perguntas feitas pela autora nas edições estabelecidas para análise das reportagens.

5.3.1. Reportagem 01 - Edição de 8 de setembro de 2022

A Rainha Elizabeth II morreu no dia 8 de setembro de 2022. Neste dia, o Jornal da Band teve 17 reportagens sobre o assunto, quase o jornal todo. É neste momento que a emissora apresenta uma vinheta, utilizada sempre que o assunto retorna para a morte do monarca com os dizeres: Elizabeth II, a Rainha do Século.

Figura 1 - Vinheta utilizada pelo Jornal da Band



Fonte: Jornal da Band (2022)⁶

O jornal começa com um texto na abertura, lido por Eduardo Oinegue. Na sequência, as apresentadoras Lana Canepa e Paloma Tocci, no telão, chamam o repórter Felipe Kieling, ao vivo, de Londres. O repórter chama no link ao vivo a reportagem que elaborou durante o dia. A matéria resume o que aconteceu durante o dia da morte da Rainha em Londres.

Quadro 8 - VT de abertura da edição de 08/09/2022

<p>Imagens da Rainha Elizabeth II durante os anos de reinado e do Palácio de Buckingham.</p>	<p>(OFF 1) É o fim de uma era./ Foram setenta anos de reinado, o segundo maior da história da</p>
--	---

⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=tkRQtmY39cg>

	Europa./ Uma vida dedicada à monarquia britânica./ Elizabeth Segunda ficou atrás apenas de Luís XIV da França, que esteve no poder por 72 anos./ Ela foi rainha da Grã-Bretanha e de outros 13 países desde 1952, incluindo Canadá, Austrália e Nova Zelândia./ Testemunhou e participou dos principais eventos históricos do último século.//
Imagem da Rainha lendo um documento.	(OFF 2) Na manhã desta quinta-feira, um comunicado do Palácio de Buckingham que dizia que a rainha estava sob supervisão médica deixou o mundo todo em alerta.//
Imagens do Palácio de Buckingham lotado durante a notícia da morte da rainha e do anúncio nos portões.	(OFF 3) Depois de horas de espera, às seis e meia da tarde aqui em Londres, duas e meia aí no Brasil, veio a notícia: O Palácio de Buckingham confirmou a morte da rainha./ O anúncio foi colocado nos portões da residência da família real.//
Imagens do programa Melhor da Tarde, da Band TV.	(OFF 4) A Band foi a primeira TV aberta do Brasil a noticiar a morte de Elizabeth.//
Sonora da jornalista Adriana Araújo anunciando a morte da monarca.	Boa tarde a todos. Acaba de sair a confirmação de que a Rainha Elizabeth faleceu. Havia uma grande expectativa de que a qualquer momento o Palácio de Buckingham poderia trazer um comunicado oficial, depois que hoje de manhã o primeiro anúncio indicava que a situação de saúde dela era bastante preocupante, de acordo com os médicos.
Repórter em frente a cabines de imprensa.	(PASSAGEM 1 - FELIPE KIELING / LONDRES) A imprensa do mundo todo veio até o Palácio de Buckingham, mas também moradores e turistas que estão na cidade.//
Sonora de um casal australiano em frente ao Palácio de Buckingham.	(OFF 5 - NARRA SONORA) Esses australianos afirmam que estão muito tristes com a morte de Elizabeth

	porque ela foi uma grande chefe de Estado e representou muito para Austrália.//
Sonora de um homem em frente ao Palácio de Buckingham.	(OFF 6 - NARRA SONORA) Já este homem diz que ela foi uma monarca única./ Que foi grandiosa, mas também muito humilde (modesta) e popular./ Para ele, a rainha sentiu a falta do príncipe Phillip, que sempre esteve ao lado dela nos momentos difíceis.//
Imagens do príncipe Phillip.	(OFF 7) De fato, a saúde da rainha se deteriorou depois da morte do marido, o príncipe Phillip, em abril do ano passado./ Eles foram casados por 74 anos.//
Imagens da rainha durante os últimos anos de vida, em eventos oficiais da coroa.	(OFF 8) Os últimos dois anos foram os mais duros para a rainha ./ Em maio de 2021, ela perdeu o culto do Remembrance Sunday no centro de Londres por causa de um problema nas costas./ Depois, em outubro, passou uma noite no hospital e foi submetida a "investigações preliminares"./ Em fevereiro deste ano, a rainha contraiu Covid-19 e sofreu sintomas leves de resfriado./ Desde o diagnóstico de Covid, foi forçada a cancelar ou reduzir com mais regularidade alguns eventos.//
Imagens de súditos com bandeiras, chapéus e artigos do Reino Unido.	(OFF 9) Elizabeth Segunda não compareceu a todas as celebrações do Jubileu de Platina de junho - marcando seus 70 anos no trono - e perdeu a abertura estadual do Parlamento no em maior por problemas de mobilidade.//
Repórter em frente ao Palácio de Buckingham.	(PASSAGEM 2 - FELIPE KIELING / LONDRES) Na última terça-feira, ela não realizou a tradicional cerimônia para a troca de primeiros-ministros./ Tanto Boris Johnson, o ex-premiê, quanto o atual Liz Truss precisaram fazer a viagem até a Escócia.//

Imagens da primeira-ministra Liz Struss com a Rainha.	(OFF 10) A monarca chegou a empossar a nova primeira-ministra do Reino Unido, Liz Truss./ A monarca sempre fez esse ritual no Palácio de Buckingham, mas, por problemas de saúde, escolheu permanecer no castelo de Balmoral.//
Imagens da Rainha no Castelo de Balmoral.	(OFF 11) A residência foi adquirida pela rainha Vitória em 1852./ A rainha e sua família costumavam passar o verão no local, que abre ao público entre abril e julho, momento em que os turistas podem visitar o salão de baile e os diversos jardins do castelo./ Os parques, jardins aquáticos e hortas de Balmoral eram os locais prediletos da monarca.//
Imagens da movimentação dos carros da família real chegando no Castelo de Balmoral.	(OFF 12) Segundo o Palácio de Buckingham, Elizabeth Segunda morreu em paz, no Castelo de Balmoral./ O filho mais velho e herdeiro da monarca, o príncipe Charles, e sua esposa Camilla estão ao lado da rainha./ Os príncipes William e Harry e sua esposa Meghan Markle também viajaram para a Escócia.//
Imagens da multidão em Londres	(OFF 13) Em Londres, uma multidão se reuniu em frente à residência da família real para se despedir da monarca.//
Pessoas cantando <i>God Save the Queen</i>	SOBE SOM

Fonte: Elaborado pela autora a partir da reportagem de Felipe Kieling no Jornal da Band⁷

No primeiro critério, *coloquialismo*, não foram identificadas expressões informais ou gírias. O texto, de forma geral, é conciso e tem vocabulário simples, mas não informal. Também não foram encontrados elementos do segundo critério, *superdimensionamento*. A reportagem se mantém atrelada aos fatos jornalísticos.

Em relação à *linguagem clichê*, o terceiro critério, identificou-se duas ocorrências. A primeira é a trilha. O início do VT tem a mesma música da vinheta

⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=tkRQtmY39cg>

elaborada pelo telejornal. É um som que remete à coroa e é utilizado na matéria justamente na parte em que o repórter narra a vida da monarca. A segunda ocorrência é a inserção do furo jornalístico dado pela jornalista Adriana Araújo em meio ao programa *Melhor da Tarde*. Naquele momento, a apresentadora Cátia Fonseca dividiu tela para que a notícia fosse passada em regime de plantão. Ela fica surpresa ao receber a informação ao vivo. Estas duas ocorrências despertam emoções no telespectador. Seja de melancolia e tristeza, em função da trilha sonora, ou de surpresa, por causa do plantão da emissora.

Figura 2 - Corte do programa Melhor da Tarde inserido na R1



Fonte: Jornal da Band (2022)

Não foram encontrados pontos relevantes da reportagem que estabeleçam relação com as duas últimas categorias, *espetacularização da morte* e *valorização da emoção*. Tendo em vista os critérios analisados, entende-se que a primeira matéria não é sensacionalista, mas não deixa de ter elementos classificados como tal, indo ao encontro de Angrimani (1994), segundo o qual um telejornal não-sensacionalista pode ter momentos sensacionalistas. Em escala menor, isso pode ser observado pela presença da linguagem clichê na trilha e em um corte utilizado para ressaltar que a Band TV deu o furo dessa notícia. Mesmo assim, o repórter entrega um texto claro, objetivo, além das imagens e edição escolhidas também não terem tom apelativo ou sensacionalista. Em relação aos critérios de noticiabilidade

apresentados na Tabela 3 desta pesquisa, Traquina (2008) apresenta o conceito de amplificação. O critério é descrito como a possibilidade do aumento do sentido do impacto da notícia. É possível relacionar as características desta matéria com, esse critério também, já que o uso da linguagem clichê amplifica o objetivo principal da reportagem: informar a morte da rainha. Mesmo assim, conclui-se que a R1 não pode ser considerada sensacionalista como um todo, mas contém passagens e características sensacionalistas pontuais.

5.3.2. Reportagem 02 - Edição de 8 de setembro de 2022

Na mesma edição do jornal da morte da Rainha, no segundo bloco é veiculado o VT com a retranca Rainha Pop. A matéria é assinada pelo jornalista Juliano Dip e elaborada na cidade de São Paulo.

Quadro 9: VT Rainha POP

Imagens da família real e jornais com a família estampada nas caoas.	(OFF 1) A família real sempre exerceu fascinação nos súditos britânicos e em curiosos por todo o planeta./ Tanto entusiasmo fez com que a vida da rainha e seus familiares entrasse para a história da cultura pop.//
Imagem da entrevistada.	(FALA POVO) Olha, acho que desde criança a gente olha pra ela e vê a imagem de uma mulher forte, representando poder. Acho que esse episódio da morte dela não cai a ficha para a gente.
Imagens da rainha com famosos. Trecho que mostra uma sócia da rainha caindo em cena com Mr. Bean.	(OFF 2) A rainha está por toda parte, como neste encontro inusitado com o Mr. bean.//
Imagens do vídeo da rainha tomando chá com o personagem Paddington, divulgado pelas redes sociais da família real.	(OFF 3) Elizabeth também já tomou chá com o ursinho Paddington.//
Trecho da animação <i>Peppa Pig</i> , que mostra a rainha dirigindo um ônibus em Londres com os personagens do desenho.	(OFF 4) E até foi motorista de ônibus em uma excursão de Peppa Pig e seus amigos.//
Imagens de filmes e séries que retratam a	(OFF 4)

rainha. Trechos da série <i>The Crown</i> .	Aliás, produções sobre a família real não faltam./ Um dos sucessos mais recentes é "The Crown", série que acompanha os bastidores da realeza./ O papel principal foi estrelado por Claire Foy nas duas primeiras temporadas e por Olivia Colman nas duas últimas. A quinta e a sexta temporada já estão confirmadas, com uma nova atriz no papel de Elizabeth.//
Imagens da peça <i>The Audience</i> .	(OFF 5) A série foi inspirada na premiada peça britânica "The Audience", com Helen Mirren no papel da Rainha Elizabeth./ O espetáculo levou milhares de pessoas aos teatros da Broadway e de Londres.//
Imagens do filme <i>A Rainha</i> .	(OFF 6) Helen Mirren repetiu o mesmo papel em "A rainha", filme que rendeu à estrela o Oscar de melhor atriz em 2007.//
Repórter mostrando discos na Galeria do Rock.	(PASSAGEM - JULIANO DIP / SÃO PAULO) O nome da rainha está por toda a parte. No mundo do cinema, teatro, séries e também da música. Aqui na Galeria do Rock em São Paulo não faltam citações a ela. Inclusive, no disco do <i>Sex Pistols</i> , <i>God Save The Queen</i> .//
Imagens da banda <i>Sex Pistols</i> , tocando a música <i>God Save The Queen</i> .	(OFF 7) A música da banda britânica foi lançada em 1977, e apesar do nome - "deus salve a rainha" - era uma crítica explícita à família real e à monarquia.//
Imagens do entrevistado.	(Sonora Walter Thiago - proprietário da London Calling) Que virou um hino do punk rock e da música inglesa. Nessa época a Inglaterra estava na pior crise desde a Segunda Guerra Mundial, era greve, lixo por toda a parte... por isso surgiu o punk, também como uma forma de protesto.
Imagens da Banda Queen tocando em um dos jubileus da rainha.	(OFF 8) Apesar do nome, o Queen não se inspirou em Elizabeth Segunda, mas a banda chegou a tocar em um dos jubileus da monarquia.//

Imagens do disco e clipe da banda Abba, cantando a música <i>Dancing Queen</i> .	(OFF 9) Walter lembrou do álbum do Abba que tem a lendária dancing queen.//
Imagens do entrevistado mostrando o disco da banda Abba,	(Sonora Walter Thiago - proprietário da London Calling) E a rainha chegou a falar em algumas entrevistas que ela gostava de música, gostava de dançar, de tomar champagne, e a música predileta dela, lógico era <i>Dancing Queen</i> , do Abba, que está nesse disco aqui.
Montagem da rainha dançando em cima de uma mesa no Palácio, acompanhada de cachorros, uma árvore de Natal e confetes.	(OFF 10) Ver a rainha dançando em público pouca gente viu./ Mas na internet teve gente que deu um jeito de imaginar como seria essa cena, de uma forma muito bem humorada.//

Fonte: elaborado pela autora a partir da reportagem de Juliano Dip no Jornal da Band

Em relação ao primeiro critério, *coloquialismo*, as palavras utilizadas na reportagem não são coloquiais. A linguagem é simples, de fácil compreensão, mas não são utilizadas gírias, palavrões ou expressões populares em excesso. Portanto, quanto a este critério, nenhum ponto foi encontrado. Já quanto ao segundo fator, o *superdimensionamento*, a reportagem usa, em alguns momentos, fatos não-jornalísticos. Em nove momentos, são utilizados trechos de séries, filmes ou músicas, uma estratégia da edição para representar a força da imagem da monarca na cultura POP. Porém, em certos pontos, há um transbordo deste uso. Por exemplo, no trecho que mostra Mr. Bean e uma sócia da rainha. Não só é mostrada a cena mas também um sobe som com risadas e palmas, ressaltando a imagem de uma cena cômica, engraçada, de uma sócia no mesmo dia de um acontecimento triste, de morte. Portanto, pode se dizer que há superdimensionamento na matéria.

Figura 3 - Trecho de comédia inserido da R2



Fonte: Jornal da Band (2022)

Quanto ao terceiro critério, a linguagem pode ser considerada clichê em alguns pontos. O texto e a escolha de imagens parece querer aproximar o contexto do público, despertando a emoção de que aquelas imagens da rainha não se repetirão, e a melancolia da perda de uma pessoa popular. Além disso, há uma conexão feita através dos produtos de entretenimento. Séries, filmes, desenhos e músicas: tudo isso utilizado com sons, conectando o público ao material apresentado. Portanto, há uso de linguagem clichê. Já no quarto critério, não se pode dizer que há *espetacularização da morte*, até porque este tópico só é citado em uma breve entrevista no começo da reportagem. E quando ao último critério, a emoção é valorizada em muitos pontos, como já citado antes, pelo uso de elementos afetivos e apelo emocional para conectar o personagem envolvido no fato com o telespectador. Portanto sim, há *valorização da emoção*.

Figura 4 - Montagem da rainha dançando apresentado na R2



Fonte: Jornal da Band (2022)

Como já apresentado anteriormente nesta pesquisa, Angrimani (1994) diz que "sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento" (1994. p.16). Neste caso, mesmo sendo veiculada no próprio dia da morte, o foco da reportagem é diferente: lembrar e contar as histórias de Elizabeth II na cultura POP. Ou seja, a partir de um fato jornalístico importante, como a morte, puxa-se o gancho do entretenimento para de certa forma quebrar a seriedade da edição do jornal. Ao falar sobre critérios de noticiabilidade, Traquina (2008) traz a ideia do equilíbrio: uma reportagem pode ser escolhida para equilibrar a quantidade de reportagens do mesmo assunto em uma edição do noticiário. Se considerarmos que nessa edição do jornal 17 reportagens foram apresentadas sobre o mesmo tema, é possível que o objetivo fosse equilibrar o conteúdo. Ao mesmo tempo, Ramos (2012) diz que o sensacionalismo seduz pelo imaginário do telespectador, e é justamente isso que é feito na reportagem. Mesmo quem não tem conexão emocional alguma com a rainha se sentirá interpelado de alguma forma pela música, cinema, séries e imagens apresentadas. Mais do que sensacionalismo, a matéria tem grandes traços de infotimento. Como apresentado no subcapítulo sobre este tema na pesquisa, Dejavite (2008) diz que "as matérias tidas classificadas como jornalismo de INFOtenimento satisfazem nossas curiosidades, estimulam nossas aspirações, possibilitam extravasar nossas frustrações e nutrem nossa imaginação" (Dejavite, 2008, p.43). É justamente isso

que é feito: através dos artifícios utilizados, instiga-se a imaginação de quem assiste. Portanto, é possível afirmar que a matéria extravasa a informação para apresentar o entretenimento, caracterizando-se um objeto de infotimento em meio a um telejornal jornalístico.

5.3.3. Reportagem 03 - Edição de 09 de setembro de 2022

A matéria de abertura do dia 09 de setembro de 2022 é assinada pelo repórter Felipe Kieling, correspondente em Londres, e fala sobre o dia do Rei Charles após a morte da mãe.

Quadro 10: VT Dia Rei Charles

Imagens da impressão dos jornais e capas estampadas com a morte da rainha.	(OFF 1) Logo na madrugada, os principais tabloides britânicos corriam para colocar uma edição histórica nas ruas./ A morte da Rainha mobilizou a imprensa com muitas homenagens a Elizabeth II.//
Imagens de homenagens dos súditos em frente ao Palácio de Buckingham.	(OFF 2) O público não tirou o pé da frente do Palácio de Buckingham, em Londres./ Milhares de britânicos e turistas deixaram cartazes, velas e muitas flores.//
imagens do rei dentro de um carro, retornando a Londres.	(OFF 3) Apesar do luto, o rei, que estava na Escócia, onde se despediu da mãe, voltou a Londres para assumir suas responsabilidades.//
Repórter em frente ao Palácio de Buckingham.	(PASSAGEM - Felipe Kieling / Londres) Na chegada ao Palácio de Buckingham, o rei Charles III, no que aparentou ser uma quebra de protocolo, saiu do carro e cumprimentou as pessoas. Foi o primeiro contato dele com o público agora como chefe da coroa britânica.//
Imagens do rei cumprimentando pessoas nas ruas de Londres.	(OFF 4) É uma tentativa de aproximação com o povo./ O público retribuiu e cantou Deus

	Salve o Rei.//
Imagens do rei e Camila entrando no Palácio de Buckingham.	(OFF 5) Antes de entrar no palácio, acompanhado de Camila, parou por alguns minutos para ver o carinho do povo para sua mãe.//
Imagens do pronunciamento oficial do rei.	(OFF 6) A tarde, fez seu primeiro discurso como novo monarca, que foi previamente gravado. Para toda a nação, homenageou os 70 anos de reinado de Elizabeth. Disse que a rainha fez sacrifícios, tanto nos tempos de alegria, como nos momentos tristes.//
Imagens do pronunciamento oficial do rei.	(OFF 7) O novo rei também prometeu que vai cumprir os princípios da constituição britânica até o fim da vida, com lealdade, respeito, e amor ao povo.//
Imagens da rainha consorte Camila, do príncipe William, Harry e Meghan Markle.	(OFF 8) Diz que contará com ajuda da sua esposa, Camila, agora rainha consorte, e também concedeu o título de Príncipe de Gales ao filho William. Falou que sente amor por Harry e Meghan, que seguem a vida fora da realeza. E terminou com uma homenagem pessoal de filho para mãe.//
Imagens do pronunciamento oficial do rei.	(OFF 9 - Narra sonora rei Charles) Você começou uma jornada para se juntar ao meu querido pai, e eu quero simplesmente dizer obrigado.//
Repórter na avenida The Mall, em Londres, com o Palácio de Buckingham ao fundo.	(PASSAGEM - Felipe Kieling / Londres) A avenida The Mall, que dá acesso ao Palácio de Buckingham, foi fechada. E desde as primeiras horas desta sexta-feira, milhares de pessoas vieram prestar homenagens à rainha. Mas os tributos não estão apenas aqui. Eles estão em todos os lugares.//
Imagens das homenagens para a rainha pelas ruas de Londres, das salvas de tiros em frente a London Bridge e dos castelos e igrejas que tocaram sinos pelo país.	(OFF 10) Hoje começou o luto oficial em todo o país. Por todos os cantos estão imagens da rainha estampada. Ao longo do dia, foram 96 salvas de tiros em homenagens a Elizabeth, representando cada ano de vida da monarca. Castelos e igrejas de todo o Reino Unido tocaram seus sinos em uma memória.//

Imagens do rei Charles em reuniões e compromissos oficiais.	(OFF 11) Segundo a monarquia britânica, Charles deve ser oficialmente proclamado o novo monarca em uma reunião no Palácio St James neste sábado. A proclamação deve ser televisionada. A coroação ainda não tem data, pode levar meses, Charles já começa com a sua missão de liderar o luto pela perda da rainha mais longeva da história britânica.//
Sonora de uma mulher na avenida The Mall.	(OFF 12 NARRA SONORA) Ele esperou por muito tempo, eu cresci esperando que Charles se tornasse rei e estou feliz por ver esse momento. É só um pouquinho preocupante porque ele gosta de expressar suas opiniões políticas, mas acho que ele vai pisar no freio a partir de agora.//
Imagens do rei cumprimentando súditos e uma mulher dando um beijo no rosto dele.	(OFF 13) O momento de Charles finalmente chegou. Os britânicos garantem que o carinho não vai faltar, até com beijos inesperados.//

Fonte: elaborado pela autora a partir da reportagem de Felipe Kieling no Jornal da Band⁸

Em relação ao primeiro critério, *coloquialismo*, não foram encontradas expressões informais, gírias ou palavrões. O texto mantém uma linguagem coesa, de fácil entendimento. Quanto ao *superdimensionamento*, também não foram encontrados registros. A matéria se mantém atrelada aos fatos mais recentes do dia do rei, de forma jornalística. No terceiro critério, *linguagem clichê*, também não foram encontrados registros de uma tentativa de despertar emoção no telespectador. O trecho que poderia despertar algo, das homenagens, é colocado de forma sutil, sem mostrar lágrimas ou tristeza, somente os objetos e súditos em frente ao Palácio. Em relação aos dois últimos critérios, *espetacularização da morte* e *valorização da emoção*, também não há trechos a serem pontuados.

Entre os autores presentes no subcapítulo desta pesquisa sobre os critérios de noticiabilidade, são apresentadas as ideias de Wolf (2012). Para ele, entre os fatores a serem considerados na elaboração de uma notícia, está o impacto que o fato gera para o público. Este é o critério mais presente na elaboração desta matéria. Sobre sensacionalismo, Angrimani (1994) fala sobre as duas linguagens, *sígnica* e *clichê*. No caso desta matéria, é utilizada a primeira delas, que estabelece

⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=HajPaziWHJE>

um filtro para emoções fortes. A escolha de imagens é a principal diferença. Poderiam ter sido escolhidas imagens de pessoas chorando, lamentando pela morte. Mas, o tom da reportagem não foi esse, e a escolha das imagens das homenagens reflete isso.

Figura 5 - Homenagens apresentadas na R3



Fonte: Jornal da Band (2022)

Portanto, podemos concluir que a reportagem 3 não pode ser considerada sensacionalista, visto que nenhum ponto da matéria teve registros que se encaixem nos critérios estabelecidos para essa pesquisa.

5.3.4. Reportagem 04 - Edição de 10 de setembro de 2022

A matéria de abertura da edição do Jornal da Band do dia 10 de setembro de 2022 é do repórter Felipe Kieling, sobre a proclamação do Rei Charles.

Quadro 11: VT Rei Proclamado

Imagens das homenagens e de Elizabeth II.	(OFF 1) Os tributos estão por toda a parte./ São imagens que ajudam a entender o significado da monarquia para os
---	--

	britânicos./ As palavras emocionadas dessa inglesa também ilustram o sentimento./ Mais do que uma Rainha, pra muitos é como se alguém da família tivesse acabado de morrer.//
Sonora de inglesa sobre a morte da monarca.	(OFF 2 - NARRA SONORA) É como perder uma tia querida. É assim que nós nos sentimos. Porque ela sempre esteve lá, durante toda a minha vida.
Imagens dos ritos após a morte da rainha. Políticos, e a oficialização do posto de Charles como rei.	(OFF 3) É uma era que termina e um novo capítulo que se inicia./ Os ritos de mais de mil anos precisam ser mantidos - é a tradição./ A condecoração do Rei Charles aconteceu no palácio de Saint James./ Ex-primeiros ministros como Boris Johnson, Theresa May e Tony Blair participaram da cerimônia./ Com todos os ritos e pompas, veio a oficialização do posto e o juramento de seguir o exemplo inspirador da mãe.//
Sonora do rei Charles em pronunciamento oficial.	(OFF 4 - NARRA SONORA) Eu vou tentar seguir o exemplo inspirador que recebi, mantendo o governo constitucional e buscando a paz, a harmonia e a prosperidade.
Imagens da proclamação o rei por oficial da coroa britânica.	(OFF 5) Depois, foi feita a leitura do documento que marca a proclamação do novo Rei na varanda do Palácio.//
Imagens da proclamação o rei por oficial da coroa britânica.	SOBE SOM LEITURA
Imagens de procissão e da leitura da proclamação de Charles como rei.	(OFF 6) As mesmas palavras foram lidas em países da Commonwealth, aqueles que tem a coroa britânica como chefe de estado - como Canadá e Austrália./ E uma procissão seguiu do Palácio de Buckingham até o Royal Exchange, onde houve uma segunda leitura da proclamação./ A cerimônia se encerrou com o hino nacional, que agora passa a se chamar God Save The King, Deus Salve o Rei.//
Imagens de procissão e da leitura da proclamação de Charles como rei.	SOBE SOM HINO
Imagens de Charles acompanhado de outros membros da realeza e de políticos do país.	(OFF 7) Neste domingo, haverá o anúncio do novo Rei nos outros países que formam o Reino

	Unido: Escócia, Irlanda do Norte e País de Gales.//
Repórter em frente ao local onde foi feita a leitura da proclamação.	(PASSAGEM - FELIPE KIELING / LONDRES) Por muitos e muitos anos, foi por meio da proclamação que as pessoas sabiam que um novo monarca assumia a coroa britânica./ A atual família real entende a importância de se manter a tradição, mas também de se adaptar à nova era.//
Imagens da transmissão da proclamação pela TV e dos tiros de canhão.	(OFF 8) Pela primeira vez, a proclamação foi transmitida pela TV./ O mundo pôde acompanhar ao vivo essa cerimônia que sempre foi ultra reservada./ E enquanto a Família Real atualizava tudo pelas redes sociais, 41 tiros de canhão eram disparados.//
Repórter em frente ao parlamento inglês.	(PASSAGEM - FELIPE KIELING / LONDRES) Aqui no Parlamento este sábado também aconteceu uma sessão especial em homenagem à Rainha./ E os políticos juraram lealdade ao novo Rei.//
Imagens do pronunciamento do príncipe William e da visita dele e de Harry no castelo de Windsor.	(OFF 9) O príncipe William publicou neste sábado o primeiro pronunciamento sobre a morte da avó./ Na declaração, ele afirmou que vai honrar a memória da Rainha apoiando seu pai de todas as maneiras que puder./ Ele e seu irmão Harry também visitaram as homenagens dedicadas à Rainha nos arredores do castelo de Windsor, que fica a cerca de 40 quilômetros de Londres./ Eles estavam acompanhados das esposas, Kate Middleton e Meghan Markle, e cumprimentaram apoiadores no local.//

Fonte: Elaborado pela autora a partir da reportagem de Felipe Kieling no Jornal da Band⁹

A matéria analisada não tem registros de *coloquialismo*. O único ponto que pode ser considerado mais informal é durante a primeira passagem, na repetição da palavra muitos na frase *por muitos e muitos anos*. Mesmo assim, o uso não é exagerado, e a matéria tem uma linguagem simples, porém direta, por isso no primeiro critério não foram encontrados registros. A matéria também não superdimensiona a notícia, que é o segundo critério para análise. O texto, imagens e

⁹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xDIbHK2tapo>

trilhas se além aos fatos jornalísticos, sem transbordar para o lado ficcional em nenhum momento. Quanto ao terceiro critério, a linguagem utilizada não é clichê, não tem por objetivo despertar emoções no telespectador. Da mesma forma, a morte não é espetacularizada e também não há *valorização da emoção*, últimos dois critérios a serem analisados.

Em relação aos critérios de noticiabilidade, fica claro que são considerados a *relevância*, *novidade* e *notabilidade* dos fatos, critérios abordados por Traquina (2008) e apresentados na tabela 3 desta pesquisa. O assunto tem impacto na vida das pessoas, além de ser um acontecimento novo e factual do dia, que envolve muitas pessoas.

Tendo em vista os critérios analisados, a matéria não pode ser considerada sensacionalista. Destaca-se principalmente o uso das imagens. Em sua obra, Angrimani (1994) destaca que as imagens de um conteúdo sensacionalista são quase cruas, mostrando a dor e a tristeza. Neste caso, ao invés de explorar a tristeza dos súditos, o jornal priorizou que a matéria de abertura tivesse um olhar para o futuro, utilizando os fatos e as imagens da proclamação do novo monarca. Portanto, a R4 não pode ser considerada sensacionalista.

6. CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho de conclusão do curso de jornalismo foi avaliar em que medida a cobertura jornalística da morte da Rainha Elizabeth II no Jornal da Band, da Bandeirantes TV, apresentou características sensacionalistas em suas reportagens. Além disso, como traçado no capítulo introdutório desta pesquisa, buscava-se entender qual a linha editorial do jornal; analisar se a cobertura buscou prioritariamente o entretenimento em detrimento da objetividade e da análise equilibrada dos fatos; e identificar os elementos sensacionalistas presentes nas reportagens.

Quanto à linha editorial do Jornal da Band, foi possível avaliar que o jornal tem, predominantemente, foco na cobertura de notícias de interesse público com uma abordagem crítica e analítica. O leque de assuntos é amplo: política, economia, segurança pública, saúde, educação, entretenimento, esportes, entre outros. A partir do recorte analisado, chama atenção as diferentes abordagens do mesmo tema. No caso da morte da rainha Elizabeth II, por exemplo, o Jornal da Band não se limitou apenas a relatar o evento em si, mas também produziu reportagens que exploraram o impacto histórico e cultural da monarquia, reações de figuras políticas e do público, bem como as consequências para o Reino Unido e o mundo. Sendo assim, a partir do recorte analisado, entende-se que a linha editorial do Jornal da Band mantém a diversidade de perspectivas e profundidade na cobertura dos acontecimentos do Brasil e do mundo.

Para as reportagens, a pesquisa teve como método a análise de dados (Bardin, 2011). Essa abordagem permitiu uma contextualização e olhar minucioso dos objetos de estudo, através da categorização e exploração do material. Esta organização permitiu aplicar os critérios estabelecidos, um a um, em cada uma das matérias analisadas.

Em relação ao entretenimento, para Maffesoli (2003), muito além da informação, o telespectador assiste o jornal como espetáculo, divertimento. Esta característica é um aspecto claro do infotimento, conceito já apresentado nesta pesquisa, e pode ser identificado com clareza na R2, matéria que aborda a popularidade da rainha. Quantificando, das 4 matérias analisadas, uma apresentou entretenimento em detrimento da objetividade. Portanto, a partir da análise feita,

conclui-se que a abordagem jornalística prevaleceu em relação aos elementos de entretenimento.

A partir dos critérios sensacionalistas utilizados para análise apresentados no *Quadro 7* desta pesquisa, apenas três foram identificados nas matérias: *superdimensionamento*, em R2; *linguagem clichê*, em R1 e R2; e *valorização da emoção*, em R2. Os critérios *coloquialismo* e *espetacularização da morte* não foram identificados. Duas das quatro matérias não apresentaram nenhuma destas características.

Mesmo se as matérias tivessem apresentado todos os critérios, o telespectador ainda pode se perguntar se aquilo que consumiu foi sensacionalista ou não. Isso porque a linha que transborda o jornalismo é tênue. São pequenos aspectos inseridos que podem trazer elementos sensacionalistas em uma matéria jornalística. Isso ficou claro durante a análise das reportagens do Jornal da Band. Angrimani (1994) apresenta a ideia de que um telejornal não-sensacionalista pode ter momentos sensacionalistas. O exemplo apresentado no subcapítulo 3.1 desta pesquisa era de uma reportagem sobre uma criança sequestrada e resgatada pela polícia. Nela, era utilizada a imagem impactante da vítima retornando aos braços da família. O autor apresentava a ideia de que somente o uso desta imagem não tornaria a matéria sensacionalista, seria necessário analisar a combinação de outros fatores, como edição, narração, enfoque, entre outros. Em relação às matérias analisadas nesta pesquisa, podemos aplicar o mesmo exemplo. Na R1, o corte do programa *Melhor da Tarde*, ilustrado na *Figura 2*, traz emoção e drama do imediatismo do fato para a reportagem. Mas, se analisados todos os fatores, não é possível afirmar que a matéria é sensacionalista.

Portanto, em relação à cobertura do Jornal da Band sobre a morte da Rainha Elizabeth II, conclui-se que, apesar de algumas matérias apresentarem características sensacionalistas, a cobertura não pode ser classificada como sensacionalista em sua totalidade. As reportagens analisadas contêm mais elementos não-sensacionalistas do que sensacionalistas. O Jornal da Band buscou equilibrar reportagens que exploraram o impacto histórico e cultural da monarquia, reações de figuras políticas e do público, bem como as consequências para o Reino Unido e o mundo, com algumas matérias que usaram uma abordagem mais emotiva e dramática. Dessa forma, a análise conduzida evidencia que, embora a linha editorial do Jornal da Band não seja sensacionalista, momentos pontuais de

sensacionalismo podem surgir, refletindo a complexidade e a diversidade das estratégias de comunicação usadas para atrair e manter a audiência. A conclusão é que um telejornal não precisa ser sensacionalista em sua essência para apresentar, ocasionalmente, características que visam aumentar o impacto emocional das suas reportagens.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Ronan. Stress e violência no lead da notícia. *In*: AGUIAR, Ronan. **Stress e violência no lead da notícia**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 1996. p. 55-55.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus Editorial, 1994.

Audiência de "The Crown" na Netflix cresce 800% após morte da Rainha Elizabeth. **Estadão**, São Paulo, 13 set. 2022. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/emails/gente/audiencia-de-the-crown-na-netflix-cresce-800-apos-morte-da-rainha-elizabeth/>. Acesso em: 27 abr. 2024.

BAITELLO JUNIOR, Norval; ROSÁRIO, Nísia Martins do. Massas virtuais e sua constituição: funeral como espetáculo midiático mundial: as imagens da morte de Elizabeth II. Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Encontro Anual, COMPÓS.(32.: 2023: São Paulo). **Anais**. São Paulo: USP, 2023. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/263584/001173982.pdf?sequence=1>. Acesso em: 28 abr. 2024.

BARBOSA FILHO, André; CASTRO, Cosette; TOME, Takashi (ed.). **Mídias digitais**: convergência tecnológica e inclusão social. São Paulo: Paulinas, 2005.

BECKER, Beatriz. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 10, p. 51-64, dez. 2005. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1428>. Acesso em: 11 abr.

2024.

BELÉM, Vitor *et al.* A cobertura jornalística no Caso Lázaro na TV Record: reflexões sobre sensacionalismo, violação dos direitos humanos e as relações com o ensino das práticas. *In: Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2021, Brasília. Anais eletrônicos...* Campinas: Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2021/trabalhos/a-cobertura-jornalistica-no-caso-lazaro-na-tv-record-reflexoes-sobre-sensacional?lang=pt-br>. Acesso em: 19 abr. 2024.

CÂMARA, Rosana Hoffman. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, Belo Horizonte, v. 6, n. 2, p. 179-191, 2013. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1983-82202013000200003&script=sci_artt ext. Acesso em: 02 jun. 2024.

CAZARRÉ, Marieta. Casamento real atrai milhares de turistas e aquece economia britânica. **Agência Brasil**, Lisboa, 19 maio 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2018-05/casamento-real-atrai-milhares-de-turistas-e-aquece-economia-britanica>. Acesso em: 09 abr. 2024.

CONRADI, Peter. **Great survivors**. Alma Books, 2018. *E-book*. Disponível em: <https://almabooks.com/wp-content/uploads/2016/10/great-survivors.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2024.

COSTA, Guilherme. Rainha Elizabeth II e Olimpíadas: salto de paraquedas é única figurinha repetida em cerimônias. **GE.globo.com**, São Paulo, 2 jun. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/olimpiadas/blogs/brasil-em-paris/noticia/2022/06/02/rainha-elizabeth-ii-e-olimpiadas-salto-de-paraquedas-e-unica-figurinha-repetida-em->

cerimonias.ghtml. Acesso em: 26 abr. 2024.

DE AGUIAR, Leonel Azevedo. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, Santa Catarina, v. 5, n. 1, p. 13-23, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p13>. Acesso em: 23 abr. 2023.

DE SOUZA, José Carlos Aronchi. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.

DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. **Teorias da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

DESPEDIDA BAND. **Band Cidade**. Porto Alegre: Band TV, 8 mar. 2024. Programa de TV.

DOS SANTOS, Fernanda Marsaro. Análise de conteúdo: a visão de Laurence Bardin. **Revista Eletrônica de Educação**, São Carlos, v. 6, n. 1, maio 2012. Disponível em: <file:///C:/Users/h2/Downloads/eder,+26+291-1018-3-RV-Resenha+Analise+conteudo+383-387.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2024.

GUIRADO, Maria Cecília. **Reportagem: a arte da investigação**. São Paulo: Arte & Ciência, 2004. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=hbZ3882BlycC&lpg=PA6&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 20 abr. 2024.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da comunicação**: Conceitos, escolas e tendências. Rio de Janeiro: Vozes, 2015.

HOLANDA, Aurélio Buarque de. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986. v. 769.

KERCHER, Sofia. Fortuna da família real vem de três principais fontes; veja quais. **CNN Brasil**, São Paulo, 05 maio 2023. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/fortuna-da-familia-real-vem-de-tres-principais-fontes-veja-quais/>. Acesso em: 25 abr. 2024.

LAROUSSE, Pierre. **Grand Dictionnaire Universel**. Paris: Administration du grand dictionnaire universel, 1872.

MAFFESOLI, Michel. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 10, n. 20, p. 13-20, 2003. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3198>. Acesso em: 09 abr. 2024.

MAIS caro da Globo: quanto custa um comercial no Jornal Nacional? **Veja São Paulo**, São Paulo, 05 jan. 2021. Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/quanto-custa-comercial-globo>. Acesso em: 09 abr. 2024.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e

política. Petrópolis: Vozes, 2002.

MCINTYRE, W. David. **The Significance of the Commonwealth, 1965–90**. Cambridge: Springer, 1991.

MONTESQUIEU, Charles de Secondat, Baron de, 1689-1755. **O Espírito das leis**. Tradução: Cristina Murachco. São Paulo: Martins Fontes, 1996. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2963710/mod_resource/content/0/Montesquieu-O-espirito-das-leis_completo.pdf. Acesso em: 24 abr. 2024.

NERY, Carmen; BRITTO, Vinícius. Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021. **Agência IBGE Notícias**, [S.l.], 16 set. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021#:~:text=Em%202021%2C%2096%2C%25,dos%20domic%C3%ADlios%20rurais%20tinham%20TV.&text=%20Em%202021%2C%20havia%2063%2C3,domic%C3%ADlios%20com%20televis%C3%A3o%20do%20pa%C3%ADs%20Ace>. Acesso em: 08 abr. 2024.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A Construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=KOzZjWY1NNMC&lpg=PP1&hl=pt-BR&pg=P1#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 22 abr. 2024.

PENFOLD-MOUNCE, Ruth Anne. How Princess Diana's death came to define tragedy for the media. **The Conversation**, [S.l.], 30 ago. 2017. Disponível em: <https://theconversation.com/how-princess-dianas-death-came-to-define-tragedy-for-the-media-82939>. Acesso em: 27 abr. 2024.

REDE GLOBO DE TELEVISÃO. **Manual de Redação da Central Globo de Telejornalismo**. Rio de Janeiro: Rede Globo, 1985.

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

RONDELLI, Elizabeth; HERSCHMANN, Micael. A mídia e a construção do biográfico o sensacionalismo da morte em cena. **Tempo Social**, São Paulo, v. 12, p. 201-218, 2000. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/rcH9czyv3rX9pxfTsZTfjxr/>. Acesso em: 20 abr. 2024.

Royal.uk. **Queen Elizabeth II's life and reign**. 8 set. 2022. Disponível em: <https://www.royal.uk/queen-elizabeth-iis-life-and-reign>. Acesso em: 26 abr. 2024.

SANTOS NETO, Valdemir Soares doss; BRESSAN JÚNIOR, Mario Abel. Deus salve a rainha!: o laço social televisivo e a memória coletiva na série The Crown. **Revista Memorare**, Tubarão, v. 8, n. 2, p. 22-38, 2021. Disponível em: https://portaldeperiodicos.animaeducacao.com.br/index.php/memorare_grupep/articloe/view/12335. Acesso em: 26 abr. 2024.

SENSACIONALISMO. *In*: **Michaelis**. Porto Alegre: Melhoramentos, 2024. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/palavra/Mdk3a/sensacionalismo/>. Acesso em: 12 abr. 2024.

SILVA, Daniel Neves. **"O que é monarquia?"**. Brasil Escola. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/historia/o-que-e-monarquia.htm>. Acesso em: 25 abr. 2024.

SILVA, Renato de Almeida Vieira e *et al.* **God Save the Queen: o imaginário da realze britânica nas narrativas telefornalísticas contemporâneas.** 2014. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Paulo, 2014.

SITE oferece versão em português. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 13 abr. 2005. p. F-4.

SOUSA, Jorge Pedro. **As notícias e seus efeitos.** Coimbra: Minerva, 2000.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender telejornalismo: produção técnica.** 1990. São Paulo: Brasiliense, 1990.

STEGANHA, Roberta. **Jornalismo na internet: A influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade.** 2010. Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), São Paulo, 2010. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/2de90525-96dc-4cf4-9930-3dcbcf00b916/content>. Acesso em: 22 abr. 2024.

The Prince and Princess of Wales [@KensingtonRoyal]. Vídeo sobre um evento recente. **Twitter**, 10 set. 2023, 10:30 AM. Disponível em: <https://x.com/KensingtonRoyal/status/1771235267837321694/video/1>. Acesso em: 15 abr. 2024.

TORRES, Carla. INFOtenimento na televisão: a tênue fronteira entre informação e entretenimento no encontro do telejornal com a revista eletrônica. *In: Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos.* Salvador: Universidade Federal da Bahia, 21 a 23 de agosto de 2011. Disponível

em:

https://analisedetelejournalismo.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/08/torres_carla.pdf. Acesso em: 18 abr. 2024.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005. v. I e II.

VIZEU, Alfredo; MOTA, Célia Ladeira; PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **Telejornalismo: a nova praça pública**. Florianópolis, SC: Insular, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: uma crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação e Educação Continuada
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br