

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

NICOLE SANTOMAURO GUIMARÃES

**QUANDO O JORNALISMO É O SHOW:
ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA DO SHOW DO IRON
MAIDEN NO ROCK IN RIO III E VIII**

VOLTA REDONDA

2022

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**QUANDO O JORNALISMO É O SHOW:
ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA DO SHOW DO IRON
MAIDEN NO ROCK IN RIO III E VIII**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Jornalismo do UniFOA como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Aluna: Nicole Santomauro Guimarães

Prof. Dr.: Eduardo Jorge Nascimento de Oliveira e Dra. Salete Leone Ferreira

VOLTA REDONDA

2022

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Quando o jornalismo é o show, Análise da cobertura jornalística do show do Iron Maiden no Rock in Rio III e VIII elaborado por Nicole Santomaurus Guimaraes apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Jornalismo.

Aprovado em 23 de 11 de 22.

Banca Avaliadora:

Sol Ferruzza

Professor(a) Orientador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

[Handwritten Signature]

Professor(a) Avaliador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

[Handwritten Signature]

Professor(a) Avaliador(a)

Nome, titulação e IES à qual está vinculado(a)

Dedico esse trabalho a minha avó Altair
Teixeira (In Memoriam).

Agradeço primeiramente a meus orientadores Eduardo Jorge Nascimento e Salete Leone. Ao meu pai por me acompanhar no Rock in Rio em 2017. A minha mãe por toda motivação. A espiritualidade por todo amparo. Ao Juninho, meu cachorro, por ter dormido do meu lado durante todo o tempo que escrevi esse trabalho. E por último, a meu amigo, Matheus Mattos, que compartilhou desse processo comigo.

RESUMO

O Rock in Rio é considerado o maior festival de música da atualidade, porém, até chegar a esse ponto, foi necessária uma longa “caminhada”. Nesse contexto o estudo tem objetivo geral analisar a cobertura televisiva realizada pelo Multishow, um dos Canais Globo encarregado da transmissão do festival Rock in Rio nos anos de 2001 e 2019. Como objetivo específico levantar se houveram transformações no material jornalístico da cobertura televisiva dos Shows da Banda Iron Maiden nos anos de 2001 e 2019, no evento do Rock in Rio a partir da divulgação do Multishow. Tendo em mente que decorreram dezoito anos entre o Rock in Rio III (2001) e o Rock in Rio VIII (2019), o estudo pretende responder se a maneira de produzir material jornalístico relacionado a esse evento passou por alterações significativas de forma que retrate as alterações ocorridas no fazer jornalístico em relação a cobertura televisiva do Show do Iron Maiden? Como hipótese acredita-se que em maior ou menor medida, além da evolução tecnológica, ao longo do tempo (2001/2019) mudaram o público, os padrões de consumo, valores culturais e práticas sociais, além de outros elementos fundamentais para a elaboração de produtos de comunicação social. Portanto, parte-se da suposição de que as mudanças na cobertura jornalística não apenas existam, mas constituem-se em fatores de evolução na qualidade do produto telejornalístico oferecido ao público, podendo o Rock in Rio se tornar um palco que retrate essas mudanças. Para alcançar o resultado proposto utilizou-se de dois vídeos selecionados, ambos disponíveis na plataforma de música e vídeo, YouTube, com a cobertura da apresentação da banda de metal Iron Maiden, nas edições de 2001 e 2019. Como resultado da pesquisa, por meio da análise estabelecida, foram constatadas modificações na construção do material jornalístico, no sentido de que, a forma como a transmissão foi elaborada em 2001 se difere no sentido de ser menos fluida do que em 2019. Além de o fator desenvolvimento tecnológico também ser claramente identificado como uma das eventuais mudanças, esse que na última edição avaliada, permitiu mesmo que de forma indireta, a participação do público que não estava presente no festival, isso por meio de *tweets*.

Palavras-chave: Jornalismo; Análise; Cobertura; Iron Maiden; Rock in Rio

ABSTRACT

Rock in Rio is considered the biggest music festival today, however, to get to that point, it took a long “walk”. In this context, the study has the general objective of analyzing the television coverage carried out by Multishow, one of the Globo Channels in charge of the transmission of the Rock in Rio festival in the years 2001 and 2019. Iron Maiden band in the years 2001 and 2019, at the Rock in Rio event after the release of Multishow. Bearing in mind that eighteen years elapsed between Rock in Rio III (2001) and Rock in Rio VIII (2019), the study aims to answer whether the way of producing journalistic material related to this event has undergone significant changes in a way that portrays the changes occurred in journalistic work in relation to television coverage of the Iron Maiden Show? As a hypothesis, it is believed that to a greater or lesser extent, in addition to technological evolution, over time (2001/2019) the public, consumption patterns, cultural values and social practices, in addition to other fundamental elements for the elaboration of social communication products. Therefore, it starts from the assumption that changes in journalistic coverage not only exist, but constitute factors of evolution in the quality of the telejournalistic product offered to the public, and Rock in Rio can become a stage that portrays these changes. To achieve the proposed result, two selected videos were used, both available on the music and video platform, YouTube, covering the performance of the metal band Iron Maiden, in the 2001 and 2019 editions. As a result of the research, through From the analysis established, changes were found in the construction of journalistic material, in the sense that the way in which the transmission was prepared in 2001 differs in the sense of being less fluid than in 2019. In addition to the technological development factor also being clearly identified as one of the possible changes, the one that in the last edition evaluated, even indirectly, allowed the participation of the public that was not present at the festival, through tweets.

Keywords: Journalism; Analysis; Roof; Iron Maiden; Rock in Rio

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 BREVE HISTÓRICO SOBRE O TELEJORNALISMO BRASILEIRO.....	12
2.1 Jornalismo e o Fazer Televisivo.....	18
2.2 O jornalismo como instituição social.....	22
2.3 Métodos aplicados no telejornalismo a serem observados.....	25
3 A HORA DO SHOW.....	29
3.1 A criação de um megaevento: histórico do Rock in Rio.....	30
3.2 A cobertura televisiva do maior festival musical do mundo.....	32
3.2.1 Rock in Rio III.....	32
3.2.2 Rock in Rio VIII.....	33
3.3 Análise comparativa do estudo de caso: possíveis modificações na cobertura do evento.....	36
3.4 Análise dos Resultados.....	38
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	41
5 REFERÊNCIAS.....	43

1. INTRODUÇÃO

O Rock in Rio, projetado pelo empresário Roberto Medina desde sua primeira edição, em 1985, sempre conquistou grande atenção do público e da mídia, sendo considerado o maior festival de música do mundo¹. A razão disso, sobretudo, é por sua parceria com a Rede Globo de Televisão, que impulsionou a divulgação do evento durante três décadas e, desde sua criação, a emissora também é o principal canal de veiculação de notícias sobre o festival.

No Brasil, já aconteceram oito edições dessa festividade, sendo a primeira em 1985 e a última em 2022, todas no Rio de Janeiro, inspiração para seu nome. Devido ao sucesso de caráter global que o Rock in Rio alcançou se tornou um evento internacional. O festival já passou por Portugal, onde foram realizadas oito edições, duas na Espanha e uma nos Estados Unidos. O Rock in Rio foi declarado patrimônio imaterial pelo estado do Rio de Janeiro² e já atingiu a média de 176 mil pessoas por dia, atraindo legiões de fãs de diversas partes do mundo e, tendo em vista a magnitude do evento, ele foi reformulado no Parque Olímpico do Rio de Janeiro. Agora, essa nova área da Cidade do Rock conta com a extensão de 385 mil metros quadrados.

A Rede Globo, principalmente por meio do Canal Multishow, foi a responsável pela transmissão exclusiva de todas as edições que ocorreram no Brasil. De acordo com Rodrigues (2016), à parceria com a Rede Globo é um dos motivos da grande visibilidade do evento. “Com cobertura ao vivo, matérias nos telejornais antes, [...] além de flashes também ao vivo na programação da emissora, somados a espaços nos jornais, revistas e rádios do grupo” (RODRIGUES, 2016, p. 214).

É natural que sua cobertura televisiva tenha sofrido alterações ao longo do tempo, ainda mais considerando os avanços da era digital ocorrido nestas três décadas. Rodrigues aponta o surgimento de novas tecnologias como uma maneira de possibilitar a prática da comunicação a partir de outros suportes que se unem aos

¹ A história do Rock in Rio. Disponível em: [² Declaração do Rock in Rio como patrimônio imaterial do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/rock-in-rio-festival-e-declarado-patrimonio-cultural-imaterial-do-rio-de-janeiro/>. Acesso em: 02 de abr. de 2022.](http://www.deezer-blog.com/br/rock-in-rio/#:~:text=O%20Rock%20in%20Rio%20%C3%A9,de%20m%C3%BAlica%20do%20planeta%20terra. Acesso em: 02 de abr. de 2022.</p></div><div data-bbox=)

já existentes e assim passam a compartilhar o interesse público (RODRIGUES, 2016, p.103).

Ao notar a lacuna existente na pesquisa acadêmica em relação ao tema, percebeu-se a viabilidade de exploração do mesmo, assim foi elaborado um estudo que levantou comparações das possíveis diferenças da cobertura jornalística de duas edições do Rock in Rio (2011 e 2019). Pois, devido ao fato de os objetos a serem analisados terem acontecido em um intervalo de dezoito anos de diferença, esse espaço de tempo pode demonstrar as modificações que ocorreram na estrutura do material jornalístico produzido pela emissora na cobertura de eventos.

Para tanto tem-se por objetivo geral analisar a cobertura televisiva realizada pelo Multishow, um dos Canais Globo encarregado da transmissão do festival Rock in Rio nos anos de 2001 e 2019. Como objetivo específico levantar se houveram transformações no material jornalístico da cobertura televisiva dos Shows da Banda Iron Maiden nos anos de 2001 e 2019, no evento do Rock in Rio a partir da divulgação do Multishow.

Tendo em mente que decorreram dezoito anos entre o Rock in Rio III (2001) e o Rock in Rio VIII (2019), o estudo pretende-se responder se a maneira de produzir material jornalístico relacionado a esse evento passou por alterações significativas de forma que retrate as alterações ocorridas no fazer jornalístico em relação a cobertura televisiva do Show do Iron Maiden.

Como hipótese acredita-se que em maior ou menor medida, além da evolução tecnológica, ao longo do tempo (2001/2019) mudaram o público, os padrões de consumo, valores culturais e práticas sociais, além de outros elementos fundamentais para a elaboração de produtos de comunicação social. Portanto, parte-se da suposição de que as mudanças na cobertura jornalística não apenas existam, mas constituem-se em fatores de alterações benéficas no produto telejornalístico oferecido ao público, podendo o Rock in Rio se tornar um palco que retrate essas mudanças.

O levantamento bibliográfico concernente à pesquisa envolve obras e outras referências que reconstituem o evento e os elementos do objeto – o Rock in Rio e o Canal Multishow. Além disso, este levantamento pretende contemplar também a literatura sobre técnicas de jornalismo e rotinas de produção em telejornalismo, com

particular enfoque na transmissão de eventos, aspectos que servirão como ferramentas de análise.

Em paralelo, será efetuada a coleta do material a ser analisado – isto é, gravações do material produzido e transmitido no Rock in Rio III (2001) e VIII (2019) pelo Multishow – consistindo em reportagens, entrevistas e inserções ao vivo de repórteres durante os eventos. Tal análise será feita na intenção de descrever, através da observação, o material coletado, e assim será redigido um resumo com suas características. Serão examinadas as edições de 2001 e 2019 do festival, assim as duas edições serão analisadas e resumidas separadamente, para em seguida ser realizada uma comparação entre elas. Em relação ao material, na plataforma de música e vídeo, YouTube, se encontra disponível o conteúdo audiovisual que se resume em dois vídeos para a realização da análise.

Será realizado um estudo de caso referente ao show do Iron Maiden no Rock in Rio III e VIII. Para isso serão analisadas as possíveis mudanças relacionadas a cobertura telejornalística promovidas pelo Multishow. O estudo de caso, segundo Orsolini e Oliveira (2013), é uma estratégia de pesquisa usada com frequência na produção de conhecimento na área das Ciências Sociais. Para a realização desse estudo, serão contempladas as bibliografias referentes a Mello (2009); Mattos (2002); Barbeiro e Lima (2002, p. 68); Ramonet (1999); Baccega (1997); Becker (2005) e o Manual de redação do Estadão (s.d.).

Optou-se pelo Multishow, por ambas as coberturas dos eventos analisados terem sido realizadas por este meio de comunicação. Devido à notoriedade do canal, sendo um dos dez primeiros no ranking de audiência no horário nobre entre canais por assinatura desde 2009, também será apresentada uma descrição do histórico da Multishow. Sobre o objeto de análise, nesse trabalho também será elaborado um breve histórico sobre o Rock in Rio, caracterizando seu sucesso e relevância no cenário musical.

A estrutura do trabalho constitui-se de três capítulos. O primeiro possui a função de contextualização e aborda um breve histórico sobre a televisão no Brasil, com enfoque na transmissão de eventos de grande porte, bem como considerações sobre as técnicas, consagradas ao longo do tempo, na prática do telejornalismo. Serão expostos e analisados pontos como linguagem, a instantaneidade da

cobertura, tempo de exibição e seleção imagens para a produção do material jornalístico. No capítulo seguinte, será apresentado o histórico do objeto de análise, o Rock in Rio. Serão abordadas, de forma geral, como foi realizada a cobertura televisiva do festival, disponível em rede na plataforma YouTube³ durante as duas edições que foram selecionadas para análise. No capítulo final, será apresentado o estudo de caso, pressuposto central desse projeto, apresentando a investigação dos produtos jornalísticos que foram desenvolvidos em decorrência do festival afim de apontar as possíveis diferenças da cobertura do festival no intervalo de tempo de dezoito anos.

³ Material utilizado para análise. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o5eckM2JO2o> / <https://www.youtube.com/watch?v=z2vt4bilVt4>. Acesso em 24 de out. de 2022.

2. BREVE HISTÓRICO SOBRE O TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Ao tratar do telejornalismo no Brasil, antes é preciso fazer uma retomada histórica até o momento em que a televisão chegou ao país. Isso ocorreu na década de 50, graças aos esforços do jornalista Assis Chateaubriand que foi proprietário de uma rede de jornais, estações de rádio e revistas, o Diário dos Associados. Esse empresário foi o responsável pela chegada de mais um veículo jornalístico no Brasil, a televisão. Ele realizou esse feito inserindo a TV Tupi em seu conglomerado, que se tornou a primeira emissora de televisão da América Latina⁴.

No dia seguinte ao da inauguração, 19 de setembro de 1950, a TV Tupi transmite o primeiro telejornal do Brasil “Imagens do Dia” que mostrava imagens brutas (sem edição) dos acontecimentos daquele dia. Com comando de Maurício Loureiro Gama, o telejornal durava o tempo que fosse necessário pra a transmissão de todos os fatos e imagens. (MELLO, 2009, p. 1)

Quando a televisão chegou ao país apresentava um caráter baseado na programação radiofônica. Com base nas colocações de Mello é possível refletir sobre como o telejornalismo passou por modificações no decorrer dos anos. Mattos (2002) diferencia a história da TV brasileira da norte-americana.

Ao contrário da televisão norte-americana, que se desenvolveu apoiando-se na forte indústria cinematográfica, a brasileira teve de se submeter à influência do rádio, utilizando inicialmente sua estrutura, o mesmo formato de programação, bem como seus técnicos e artistas. (MATTOS, 2002, p. 49)

A televisão ganhou visibilidade, pois, além de representar uma novidade em questões de avanço tecnológico e principalmente quando apontado sobre a relevância da imagem, mas também trazia consigo a espetacularização da notícia.

Se a televisão assim se impôs, foi não só porque ela apresenta um espetáculo, mas também porque ela se tornou um meio de informação mais rápido do que os outros, tecnologicamente apta, desde o fim dos anos 80, pelo sinal de satélites, a transmitir imagens instantaneamente, à velocidade da luz. Tomando a dianteira na hierarquia da mídia, a televisão impõe aos outros meios de informação suas próprias perversões, em primeiro lugar com seu fascínio pela imagem. E com esta idéia básica: só o visível merece informação; o que não é visível e não tem imagem não é televisível, portanto não existe midiaticamente. (RAMONET, 1999, p. 2)

Conforme Ramonet (1999) é possível perceber que desde o início a televisão já possuía critérios de noticiabilidade. Paralelo a sua crescente popularidade,

⁴ Os primórdios da televisão no Brasil. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-foi-assis-chateaubriand/>. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

também vieram atreladas a ela a definição de técnicas a serem utilizadas no fazer jornalístico desse veículo. Técnicas que com o passar dos anos foram se atualizando, porém, mantendo o valor da imagem. Assim confirma Barbeiro e Lima (2002, p. 68).

O repórter deve desenvolver a compreensão da imagem. A regra é: imagem e palavras andam juntas. O conflito entre elas deve ser evitado, uma vez que distrai o público; mas se ainda assim ocorrer, prevalece o poder da imagem.

Os autores apontam mudanças que se diferenciam da primeira transmissão do telejornal no Brasil, quando Melo (2009) descrevia terem sido com “imagens brutas e sem edição”. Esse cenário se modificou, tendo em vista que hoje existe, o cargo de pauteiro, dentro da profissão de jornalista, que é “[...] aquele que na imensidão dos acontecimentos na sociedade capta o que pode ser transformado em reportagem” (BARBEIRO; LIMA, 2002, p. 112).

Outra alteração pode ser observada quando Mello (2009) abordando os primórdios do telejornalismo discorre sobre a duração do programa que utilizava o tempo que fosse necessário para a abordagem dos fatos apresentados pelas imagens. Tendo em vista que na atualidade os telejornais estão inseridos em uma grade de programação das emissoras, eles possuem um tempo definido de duração, salvo em ocasiões excepcionais (interrupção da programação para a introdução de plantões, por exemplo).

Por conseguinte, com o passar dos anos, a programação televisiva foi se desenvolvendo, “[...] apropriou-se de novas tecnologias, o que lhe permite uma *performance* de melhor qualidade e de mais longo alcance” (BACCEGA, 1997, p. 7). Isso se confere pois, segundo Becker (2005), a maior parte da população do Brasil tem a televisão como principal meio de acesso à informação e entretenimento. Confirmando a notoriedade desse veículo, uma pesquisa realizada pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República entre janeiro e fevereiro de 2010 registrou que 96,6% dos brasileiros assistem à televisão⁵.

Mesmo que no país, a televisão em seus primórdios não tenha seguido uma linha voltada ao entretenimento, esse gênero conquistou seu espaço no veículo. Em

⁵ Secretaria de Comunicação da Presidência da República. Disponível em: www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/pesquisas/relatorios/pesquisa. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

1965, quinze anos após a chegada da televisão em território nacional, foi criada a Rede Globo. O “padrão global” desenvolvido por essa emissora se beneficiou das inovações técnicas aplicadas à televisão que surgiram nos anos 70. Combinando informação com o entretenimento, a Rede Globo modificou o cenário do telejornalismo no Brasil.

Apesar de não estar na história como a “criadora” do telejornalismo brasileiro, a Globo acabou ditando as regras de como fazer o telejornalismo. A emissora ligou o texto à imagem, e traduziu nos telejornais um formato mais interessante para o público. (MELLO, 2009, p. 6)

Falando em entretenimento relacionado a Rede Globo, tem-se como exemplo o GloboSat, um conglomerado de comunicação de grande destaque na América Latina, pertencentes às Organizações Globo. Lançado em outubro de 1991, essa rede inicialmente possuía quatro canais: GNT (GloboSat News Television) que trazia notícias e, mais tarde, teve seu conteúdo voltado ao público feminino. O Telecine, que era direcionado a exibição de filmes. O Multishow, no qual brevemente será apresentado um histórico mais detalhado, tinha seus tópicos voltados para assuntos variados, que não eram tão comuns na TV aberta⁶. E por último, o Top Sports, que posteriormente teve seu nome alterado para SporTV, trazia em sua programação, além do futebol, esportes não tão populares no Brasil, como hóquei e golfe (HERRMANN, 2013, p. 61).

O GloboSat é uma plataforma de TV por assinatura⁷ que oferta informação, jornalismo, cultura, educação, entretenimento, música, esporte, cinema e as grandes produções do audiovisual brasileiro e mundial⁸. O foco da programação dos quatro canais iniciais dessa rede era a divulgação de conteúdo criativo objetivando a aquisição de produtos de melhor qualidade voltados para um público específico.

A programação voltada para público específico ia contra o conceito de *broadcasting* (POSSEBON, 2009, p. 46), utilizado até então, cujas transmissões eram distribuídas em larga escala, em variados veículos. A TV por assinatura surgiu

⁶ No presente trabalho, será utilizado o termo TV aberta para falar das emissoras e conteúdos não pagos da televisão. Disponível em: <https://dtv.org.br/diferencas-entre-tv-digital-aberta-e-tv-digital-por-assinatura/>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

⁷ No presente trabalho, será utilizado o termo TV por assinatura para falar das emissoras e conteúdos pagos da televisão. Disponível em: <https://dtv.org.br/diferencas-entre-tv-digital-aberta-e-tv-digital-por-assinatura/>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

⁸ Histórico do GloboSat. Disponível em: <http://canaisglobsat.globo.com/>. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

da necessidade de segmentação dos conteúdos. Esse viés de transmissão não buscava atingir as massas em sua totalidade, e sim, criar um público específico.

Devido ao surgimento dessa nova forma de consumir conteúdo foi necessário criar uma regulamentação, que conforme a Agência Nacional do Cinema – Ancine possuía como principal objetivo:

[...] aumentar a produção e a circulação de conteúdo audiovisual brasileiro, diversificado e de qualidade, gerando emprego, renda, royalties, mais profissionalismo e o fortalecimento da cultura nacional. (HERRMANN, 2013, p.13)

Um dos canais criado para a divulgação de conteúdos diversificados, foi a GloboSat, e em sua grade de programação consta o programa chamado, o Multishow. Com a difusão da TV por assinatura no país, esse canal se tornou muito conhecido dentro de nichos específicos, pois ele trazia um conteúdo quase que inédito na televisão⁹.

O Multishow foi criado em 1991, sua grade de conteúdo era voltada para música e humor, com exibição de shows, festivais e videoclipes. O Multishow foi um dos canais GloboSat que mais se afastou das características da TV aberta convencional, voltado para o entretenimento ele atendia aos interesses de um público jovem, pessoas entre 18 e 34 anos (HERRMANN, 2013, p. 14).

Sua identidade visual aderiu aos avanços tecnológicos além de se relacionar diretamente com o público que ele desejava atingir. Ponte e Niemeyer (2010) comentam sobre algumas mudanças que foram apresentadas pelo programa “[...] mudanças estéticas e artísticas das vinhetas sempre estão diretamente vinculadas às novas possibilidades abertas pela introdução de novidades tecnológicas”.

O Multishow, desde 2009, está entre os dez canais mais assistidos da televisão por assinatura. A dinamicidade que o canal trouxe, fez com que ele ocupasse o segundo lugar, entre os canais GloboSat, com melhor *break* comercial segundo pesquisa do Painel de Marketing dos Veículos (PMV, 2019)¹⁰

⁹ As informações sobre o histórico do canal Multishow têm como fonte: Filho e Baptista (2016) e Herrmann (2013).

¹⁰ Pesquisa do Painel de Marketing dos Veículos. Disponível em: <https://acontecendoaqui.com.br/comunicacao/pesquisa-pmv-2019-revela-lideranca-das-marcas-globosat-junto-ao-mercado-anunciante/>, 2019. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

Durante os intervalos da programação, era apresentada aos telespectadores a identidade do canal. Ao autopromover sua programação durante o *break*, com características imprevisíveis, marcantes e bem-humoradas atraíam os telespectadores desejados. E assim se deu a consolidação de seu público-alvo, reforçado a todo o momento com estética jovem, junto com o slogan “A Vida Sem Roteiro”.

Os temas abordados no Multishow, conforme biografia do canal no site oficial do GloboSat, enfocam “[...] diferentes formatos de conteúdo, que vão desde transmissões ao vivo dos maiores festivais do mundo até comédias protagonizadas pelos maiores humoristas do país”¹¹. O canal, sendo vinculado à Rede Globo, ficou responsável pela cobertura do Rock in Rio durante as edições que serão avaliadas neste estudo. O canal também realizou a cobertura de outros grandes festivais como o *SWU Music & Arts Festival*¹², *Lollapalooza*¹³ e *Planeta Atlântida*¹⁴.

No que diz respeito a forma de cobertura de grandes eventos, é preciso ter em mente que, quem a realiza é responsável de certa forma, por contar sua história, por elaborar como será apresentada ao público.

Com a evolução das diversas tecnologias e técnicas de realização audiovisual, hoje em dia a realização de um evento envolve já uma equipe de trabalho bastante extensa, equipada com todo o tipo de maquinaria audiovisual topo de gama. Quando falamos então de coberturas de eventos especiais, como foi por exemplo, recentemente o casamento do príncipe William de Inglaterra, falamos quase de uma autêntica realização cinematográfica. (BRAZ, 2011, p. 34)

¹¹ Temas do canal Multishow. Disponível em: <http://canaisglobosat.globo.com/marca/multishow/#title>. Acesso em: 06 de jun. de 2022.

¹² O *SWU Music & Arts Festival*, é um festival de música que trouxe a mensagem de conscientização em prol da sustentabilidade. Disponível em: <https://www.revistabackstage.com.br/colunas/cezargalhart/historia-dos-festivais-swu-music-arts-festival>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

¹³ O *Lollapalooza* é um festival de música criado pelo músico Perry Farrell, da banda Jane’s Addiction. Disponível em: <https://euviagem.deonibus.com/outros-conteudos/loollapalooza-saiba-tudo-sobre-o-festival/#:~:text=O%20festival%20Lollapalooza%20foi%20criado,pelos%20Estados%20Unidos%20e%20Canad%C3%A1>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

¹⁴ O *Planeta Atlântida* é um festival de música criado com o objetivo de comemorar 20 anos da Rádio Atlântida. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2021/02/planeta-atlantida-relembra-a-historia-do-festival-que-e-um-marco-do-verao-gaucha-ckl17ee7w000t017w8xxi11p1.html#:~:text=O%20Planeta%20Atl%C3%A2ntida%20j%C3%A1%20com%20e%20Dody%20Sirena%20e%20Eug%C3%AAnio%20Corr%C3%AAa..> Acesso em: 24 de out. de 2022.

No que se refere a transmissão ao vivo, essa possui grande impacto na audiência, já que nem sempre é possível a utilização de determinadas técnicas, ela proporciona uma experiência diferenciada ao telespectador.

Longe vão os tempos em que o mundo era um local simples, onde os acontecimentos dos quais tínhamos conhecimento se restringiam à zona em que vivíamos ou, na maior das hipóteses, ao próprio país. (BRAZ, 2011, p. 31)

É perceptível que as evoluções no meio tecnológico, permitiram que as transmissões evoluíssem em relação à qualidade e quando feitas ao vivo criam no telespectador a sensação de estar, de fato, participando do evento.

[...] somos levados constantemente através da realização, para locais diferentes daqueles onde inicialmente a notícia estava a ser transmitida. Ou, no desporto, somos constantemente sujeitos a repetições dos acontecimentos. Toda esta estruturação do espaço e do tempo elaborada pela realização do evento, constrói e influencia em muito toda a forma como absorvemos determinada situação, estando a ser criado pela realização do seu próprio contexto (BRAZ, 2011, p. 43).

Seja qual for o evento a ser divulgado, existem as fases de produção e realização. A primeira trata de organizar os preparatórios para o desenvolvimento do produto jornalístico, e a segunda tem a função de coordenar as formas na qual o produto será desenvolvido.

Na Realização/Produção de conteúdos televisivos podemos desde logo distinguir três fases distintas: Pré-Produção; Produção e Pós-Produção. Como os próprios nomes indicam, a primeira, refere-se a todo o processo que ocorre a nível organizacional e de preparação, anterior à gravação dos conteúdos; a fase de Produção será então a fase em que os conteúdos são elaborados; e a terceira fase, a de Pós-Produção, irá incluir todos os processos e detalhes pelos quais os conteúdos terão de passar antes de serem transmitidos. Em cada uma destas fases estão envolvidas diversas pessoas com os mais diversos cargos (CURY, 2011, *apud* BRAZ, 2011, p.44).

Percebe-se a importância de cada uma das fases da produção de um evento. Em relação a cobertura do Rock in Rio, o objeto de análise deste estudo, a emissora que detêm os direitos exclusivos para a realização de sua cobertura e divulgação, desde a primeira edição do evento é a Rede Globo. Contudo, em 2001, quando ocorreu a terceira edição do evento, a emissora decidiu que apenas o Multishow transmitiria na íntegra. Com isso, a Rede Globo passou a produzir apenas os cortes especiais do evento e somente os melhores momentos do dia eram exibidos durante a sua programação.

No ano de 2001 o Multishow já era o canal majoritariamente responsável pela cobertura do evento. Em 2019 a situação continuou a mesma, contudo, com o adicional do desenvolvimento da internet, a cobertura desse ano também foi transmitida pelo canal do Multishow no YouTube¹⁵. Essa transmissão não era possível com 2001, pois foi apenas em 2005, nos Estados Unidos, que o YouTube foi criado. E ainda assim, levou dois anos para que a plataforma chegasse ao Brasil¹⁶.

2.1 Jornalismo e o Fazer Televisivo

Anos após a chegada do aparelho de televisão no Brasil, através do empresário Assis Chateaubriand, o telejornalismo começou a ganhar força. A televisão surgiu como um meio de levar a notícia para as casas de todo o país. Tanto que, esse veículo até 2019 era o principal meio de recepção de informação e entretenimento utilizado por parte da população brasileira. Isso consoante aos dados da pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua, realizada pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística¹⁷.

Levando em consideração a pesquisa do IBGE realizada em 2019, nas áreas urbanas do país, 97,0% dos domicílios possuíam televisão. Esse aparelho que inicialmente surgiu como aprimoramento do rádio, meio mais popular na época. Consolidou-se como um grande veículo de abrangência massiva, unindo entretenimento, notícias e cultura.

Com a criação da televisão, a população teve o ato de receber a notícia facilitado, pelo motivo de que não seria mais necessário utilizar da imaginação para criar o cenário que estava sendo narrado no rádio ou no jornal impresso. Com esse novo veículo, era possível visualizar de fato a imagem do ocorrido e por vezes em tempo real.

¹⁵ Canal do YouTube da Multishow. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/HumorMultishow>. Acesso em: 25 de out. de 2022.

¹⁶ Informações sobre a plataforma YouTube. Disponível em: <https://www.techtodo.com.br/listas/2021/02/youtube-faz-16-anos-relembre-o-inicio-e-as-mudancas-na-plataforma-de-videos.ghtml>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

¹⁷ IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2019. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf. Acesso em: 24 de out. de 2022.

Por exemplo, uma ocorrência policial que estaria sendo divulgada em um jornal impresso, com o advento da televisão foi possível acompanhar as imagens do fato, as simulações e outras táticas abordadas. Em relação ao entretenimento, a forma de divulgar também foi facilitada. Pensando em uma partida de futebol narrada no rádio, através da televisão foi possível ver o desenrolar da partida tornando mais fácil o entendimento através da união de som e imagem.

Então, por razão da disseminação do fazer televisivo, a cobertura de eventos também foi modificada. Assim, tanto a ação policial, a partida esportiva, quanto à cobertura de shows, teve sua divulgação aprimorada a partir do adicional das imagens que a televisão possibilita.

A partir do século XX, o já acelerado desenvolvimento tecnológico se tornou ainda mais intenso nas áreas das comunicações e dos transportes. Tal evolução permitiu a constituição do cenário perfeito para a intensificação do processo de globalização, com a desvinculação entre informação e espaço (telégrafo, satélite, TV, rádio, web, etc.). Atualmente, longas distâncias podem ser percorridas rapidamente, e não só o ser humano tem mais facilidade para se deslocar, como também, e principalmente, a informação se torna capaz de viajar através do espaço e do tempo a velocidades antes inimagináveis. Nesse contexto, não é mais possível pensar em identidade como algo puro e fixo. (SCHLAUCHER, 2012, p. 2)

Através deste fragmento é possível apontar que quando se intensificou o desenvolvimento tecnológico ao mesmo tempo facilitou-se o crescimento dos fluxos culturais entre os países. Isso aconteceu devido a maior facilidade das pessoas de se locomoverem pelo globo, porém não só o câmbio de pessoas foi aprimorado, mas também o fluxo de informação e mercadorias. “[...] o mundo se torna uma aldeia global marcada pela interdependência econômica pela presença de redes mundiais de telecomunicações” (SCHLAUCHER, 2012, p. 3). Então, com essa conexão global, cria-se a interdependência entre os indivíduos, assim, se intensifica e/ou estabelecem maiores alterações na identidade cultural.

Outras melhorias no fazer televisivo ocorreram em virtude do avanço da globalização e devem ser relacionadas a ela. Esse termo se refere às modificações massivas que sucederam no mundo.

Falar de Globalização remete para um conjunto de transformações econômicas, políticas, sociais e culturais que se fazem sentir a nível mundial. Nas suas formas mais visíveis, estas transformações estão frequentemente associadas a inovações tecnológicas. As novidades tecnológicas, e a velocidade a que estas ocorrem no mundo contemporâneo, contribuem para crer que a globalização constitui um fenômeno completamente novo. (CAMPOS; CANAVEZES, 2007, p. 16)

Percebe-se que a globalização é um processo advindo do desenvolvimento tecnológico, que ganhou força nos anos noventa com o progresso das relações entre empresas transnacionais, com o crescimento de conglomerados de multimídia e transmissão em larga escala de produtos desterritorializados, como os canais pagos de TV (BRITTOS, 1999, p.18). A velocidade pode ser tida como uma das principais características desse processo, no sentido de integrar diversas localidades com uma quase instantaneidade, (BRITTOS, 1999, p.18).

Os canais abertos, não pagos, vão contra a característica de desterritorialização, já que neles é perceptível uma grade que representa maior nacionalidade, que estabelece vínculos com o espaço e cultura local. Porém, em contrapartida e se associando ao fenômeno da globalização, os canais pagos representam os bens desterritorializados, se refere ao afastamento dos costumes locais. Esse tipo de programação é comumente apresentada em canais por assinatura, como por exemplo a Multishow, um canal do GloboSat, responsável pela transmissão do Rock in Rio, que segue a linha de afastamento dos costumes da TV aberta.

No caso da televisão, nestes tempos globalizados o que advém de espaço local traz também o transnacional, em sua forma de produção. Apesar de a relação ser assimétrica, destacando-se a preponderância norte-americana no mercado de televisão, a globalização não é um movimento em sentido único. (BRITOS, 1999, p. 19).

Através de fragmentos de Britos (1999), é possível observar que a televisão converge para diversos pontos já que, mesmo com a globalização e com sua tendência de desterritorialização, ainda são apresenta conteúdos com teor de nacionalidade. Porém percebe-se que a globalização gerou o fenômeno de renovação dos produtos oferecidos, com mesclas de identidades.

O que era local e nacional pode tornar-se também mundial. O que era antigo pode revelar-se novo, renovado, moderno, contemporâneo. Formas de vida e trabalho, imaginários e visões do mundo diferentes, às vezes radicalmente diversos, encontram-se, tensionam-se, subordinam-se, recriam-se. (IANNI, 1996, *apud* BRITOS, 1999, p. 19)

Outro aspecto que deve ser levado em consideração no fenômeno da globalização é que está atrelada as inovações dos meios tecnológicos. Ainda levando em conta a hegemonia que determinadas nações do hemisfério norte

possuem, essas, como esperado, exercem influência na prática jornalística de outros países. Então, para abordar os métodos utilizados no fazer jornalístico no Brasil, torna-se necessário considerar a influência dos Estados Unidos das Américas sobre o mesmo.

Portanto, diversos valores e diretrizes que o Brasil segue no ramo de notícias foram inspirados na prática dos Estados Unidos. A esse respeito Albuquerque (2010, p.103) aponta a interferência do modelo estadunidense sobre o jornalismo nacional.

Ao longo da segunda metade do século XIX o jornalismo dos Estados Unidos foi estruturado em torno de parâmetros que nada lembram o “modelo americano” que se tornou referência para a(s) reforma(s) do jornalismo brasileiro, tanto do ponto de vista quanto das convenções literárias que o regiam.

Ainda conforme Albuquerque (2010 e p.24), a influência norte-americana no meio jornalístico brasileiro “[...] é antes de tudo um gesto formal; na prática, os jornalistas brasileiros tendem a interpretar esses princípios e a definir o seu compromisso político de maneira muito diferente dos seus colegas americanos”. Logo é possível apontar que, ainda consoante ao autor, a interferência estadunidense no modelo de jornalismo do Brasil é uma formalidade, as semelhanças são perceptíveis apenas inicialmente. Albuquerque aponta a utilização do termo “falta” para realizar comparações específicas no fazer jornalísticos entre os dois países.

Um exemplo pouco sofisticado do uso deste argumento é a acusação, frequentemente repetida, de que faltam aos jornalistas brasileiros o rigor, a seriedade e a competência dos seus colegas americanos. (ALBUQUERQUE, 2010 , p. 25)

Porém, a utilização apenas desse argumento não é cabível para definir as características brasileiras na prática jornalística.

De modo explícito ou implícito, intencionalmente ou não, este modelo consolida uma perspectiva estrangeira sobre o jornalismo brasileiro, que “naturaliza” o modelo americano e “exotiza” o brasileiro. A premissa é de que, ao menos em princípio, o jornalismo brasileiro deveria ser semelhante ao americano. A questão que cabe explicar é por que isso não se dá. (ALBUQUERQUE, 2010, p. 24)

O Brasil faz parte de um ambiente político, cultural, econômico e social distinto nos Estados Unidos. Logo é possível compreender que para que o jornalismo brasileiro seja de fato analisado é preciso levar em consideração o cenário no qual ele está inserido. Cenário esse, naturalmente, que se difere do norte-americano. Então assim, determina-se, que com base no postulado de

Albuquerque (2010), não é cabível nem relevante prolongar a pauta de comparação entre os dois modelos jornalísticos.

Então partindo do pressuposto que o jornalismo do Brasil deve ser analisado de forma a levar em consideração as questões socioculturais, e a priori, sem realizar comparações com a prática em demais localidades, Gomes (2011) faz comentários sobre o tema. A autora expõe que para a realização de uma investigação acerca do fazer jornalístico é preciso ter em conta duas questões centrais, já abordadas: a tecnologia e a diversidade cultural.

Do nosso ponto de vista, um dos principais desafios da investigação sobre o jornalismo contemporâneo é compreender como duas questões centrais do nosso século, a tecnologia digital e o multiculturalismo ou, se quisermos dizer de outro modo, os largos processos de globalização e os fluxos migratórios, interagem com o jornalismo e que implicações têm sobre o jornalismo enquanto uma atividade social, enquanto ideologia e enquanto campo profissional. (GOMES, 2011 p. 22)

O jornalismo é um fator que influencia na atividade social, mas também é moldado por ela. A esse respeito, Williams (1997) diz que entre as escolas, igrejas, famílias e diversos outros grupos estão os meios de comunicação, agindo como organizações que exercem pressão e influência no modo de vida das pessoas, ao mesmo tempo em que esses modos de vida se refletem no jornalismo. Logo, é possível correlacionar a televisão/jornalismo ao culturalismo, além da tecnologia. Sendo que ambos podem passar por mudanças no decorrer do tempo. Para Raymond Williams (1997), no que diz respeito ao jornalismo, este se configura a uma instituição social, como poderá ser visto a seguir.

2.2 O jornalismo como instituição social

As instituições servem como um alicerce da sociedade e podem estar no lugar de seus fundadores. Elas criam moldes e objetivos que guiam os indivíduos e suas atividades no dia a dia. Conforme Berger e Luckmann (2004) as instituições, funcionam como uma configuração da realidade, elas foram criadas para que não fosse necessário reinventar o mundo cotidianamente.

Nesse sentido, o jornalismo colabora para a configuração de realidades, reverberando moldes e objetivos a serem seguidos. Para Berger e Luckmann

(2004), a princípio o jornalismo exercer poder na atividade social e portanto se configura como uma instituição social (BERGER; LUCKMANN, 2004). Ou seja

As instituições criam “programas” para a execução da interação social e para a “realização” de currículos de vida. Elas fornecem padrões comprovados segundo os quais a pessoa pode orientar seu comportamento. Praticando esses modos “prescritos” de comportamento aprende a cumprir as expectativas ligadas a certos papéis como casado, pai, empregado, contribuinte, transeunte, consumidor. (BERGER; LUCKMANN, 2004, p. 54-55)

Considerando a definição do termo, é possível afirmar que o jornalismo, o casamento, as religiões, as escolas e diversos outros fatores que constituem a sociedade são considerados instituições. Isso porque, eles moldam e criam padrões a serem seguidos, mesmo que esses não sejam regidos por uma lei. Um exemplo disso é a família, que também é uma instituição, já que para Durkheim (*apud* SCOTT, 1996, p. 10), elas “são produtos da interação humana”. Isso se dá pois elas são criadas pelos indivíduos com o intuito de regularem suas próprias interações, elas possuem o poder de influência, persuasão e controle perante o meio social.

Então o jornalismo, também entra na classificação de instituição social. Uma razão para isso é que o jornalismo é feito através dos meios de comunicação, esses que servem “[...] não apenas por mediar a interação do indivíduo com a sociedade, mas por mediar também a interação do indivíduo com as outras instituições” (NETO, 2012, p. 4). Então o jornalismo serve como uma régua entre as relações dos indivíduos, sociedade e instituições.

Do ponto de vista dos valores que constituem o jornalismo como instituição social, é fundamental interrogar como se dá a conjunção entre jornalismo, sociedade e cultura, como essa conjunção interage com e reconfigura certos valores jornalísticos tomados como universais: interesse público, objetividade, atualidade, credibilidade, independência, legitimidade. (GOMES, p. 22, 2011)

Portanto, ao se considera o jornalismo como uma instituição, dá-se por tratar das contingências históricas e situacionais em relação as quais o jornalismo desempenha uma série de tarefas ou funções sociais, culturais, econômicas e políticas (ZELIZER, 2004).

Outra característica que também configura a prática jornalística como instituição é o fato dela seguir normas pré-moldadas como a busca pela

imparcialidade e objetividade, normas que regulam a atuação dos profissionais da área.

Além disso, seria um erro confundir o meio (por exemplo, o jornal impresso, onde também nem tudo é jornalismo) com o fenômeno (jornalismo). O fato de a instituição ser uma realidade objetiva em absoluto significa que ela precisa ser palpável, ou que ela se confunda com seu produto materializado. Distinção feita, deve-se considerar o quão difuso é hoje diferenciar o jornalístico do não jornalístico e que o jornalismo não pode ser entendido apartado dos media. (NETO, 2012, p. 5)

A partir de Neto (2012) as distinções no meio jornalístico ficam mais claras. Sendo assim, é possível compreender o que dentro desse campo se refere ao termo instituição social e apontar que a prática jornalística possui todas essas atribuições e ainda serve como uma instituição moderadora entre os macros níveis social e as ações dos jornalistas (NETO, 2012). Hallin e Mancini (2004) relacionam o profissionalismo jornalístico a três elementos fundamentais:

1. a autonomia dos jornalistas (entendidos como grupo, antes que como indivíduos) frente a forças externas;
2. uma forma “horizontal” de organização social, que se estrutura em torno de normas profissionais próprias;
3. uma ética profissional que relaciona a atividade à prestação de um serviço público.

Em relação as normas definidas a serem seguidas na atuação jornalística tem-se as que comumente são mais apontadas e seguidas com rigor e a objetividade é uma dessas. Para William Zinsser (2021) para realizar uma boa escrita é preciso despilar cada frase até deixá-la apenas com seus componentes essenciais. Toda palavra que não tenha função, toda palavra longa que poderia ser substituída por uma palavra curta, advérbio que carregam o mesmo significado que o verbo, expressões na voz passivas que tender a gerar confusão no leitor em relação a quem realizou a ação, tudo isso, são “[...] elementos adulterantes que enfraquecem uma frase” (ZINSSER, 2006, p.15).

Zinsser (2006) ainda complementa apontando que construções linguísticas mais complexas correntemente aparecem na proporção da formação, grau de escolaridade e posição social do escritor. Ou seja, a linguagem no campo jornalístico, quando não utilizada de forma objetiva, no intuito de elucidar a notícia ao espectador ou leitor, pode servir como um fator excludente.

Ainda sobre linguagem jornalística, o Manual de redação publicado pelo Estadão¹⁸, o jornal mais antigo da cidade de São Paulo e que ainda está em circulação¹⁹, esse também aponta algumas das principais medidas a serem seguidas na redação jornalística. Esse manual elucida como deve ser feita a construção de um texto noticioso, não-fictício, apontando primeiramente normas básicas, de amplo conhecimento dentro do nicho jornalístico, a respeito da linguagem²⁰.

Além disso, o Manual também estipula como deve ser feito o texto jornalístico, apresenta instruções, aponta os erros mais comuns e graves cometidos, dúvidas em relação a ortografia e vocabulário. O manual traz ainda um “guia de pronúncia”, ponto consideravelmente relevante na hora da construção do produto jornalístico em meios como rádio e televisão, já que a fonética de determinadas palavras pode gerar dúvidas.

2.3 Métodos aplicados no telejornalismo a serem observados

Retomando a ideia do jornalismo como instituição social, é possível compreender que existem regras para a construção de seus produtos. Regras essas que foram criadas e são reproduzidas até o dado momento pelos profissionais. Sendo assim, é possível citar algumas dessas medidas apontadas pelo Manual de redação do Estadão (s.d.) para a construção do texto jornalístico, medidas tais como:

- Adotar como norma a utilização da ordem direta na construção das frases, isso para que a leitura possa ser mais facilmente conduzida;
- Atentar-se para não repetir diversas vezes a mesma palavra no mesmo período para que não atrapalhe a fluidez;

¹⁸ Manual de redação do Estadão, (s.d.). Disponível em:

<https://www.estadao.com.br/manualredacao/gerais>. Acesso em: 17 out. de 2022.

¹⁹ Jornal Estadão. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/historico/print/resumo.htm>. Acesso em: 17 out. de 2022.

²⁰ “Um fator interessante e relevante acerca da linguagem é que ela, também é uma instituição. Considerada a primeira e a mais importante, já que ela serve de alicerce para a fundamentação das demais. Diremos mesmo que muito provavelmente a linguagem é a instituição fundamental da sociedade, além de ser a primeira instituição inserida na biografia do indivíduo. É uma instituição fundamental, porque qualquer outra instituição, sejam quais forem suas características e finalidades, funda-se nos padrões de controle subjacentes da linguagem” (FORACCHI, MARTINS, 2008, p.12).

- Evitar ao máximo recorrer a termos técnicos e específicos que não sejam de conhecimento de todos, a utilização dessas palavras rebuscadas podem servir como um fator de exclusão já que não são do entendimento de todos;
- No momento de realizar o intermédio entre o fato ou a fonte e o leitor, é preciso fazer isso de uma forma que transponha as informações de forma clara, sem rebuscamentos;
- Dispensar o preciosismo, ou seja, não substituir palavras simples para se utilizar de uma delicadeza artificial, pois isso gera uma falta de naturalidade no texto;
- Noticiários não são lugares para palavras empoladas que geram a ideia de erudição, ou seja, de preferência a linguagem mais simples e de fácil entendimento;

Esses e outros pontos servem como regras criadas para direcionar a atuação do profissional de jornalismo. Essas normas servem para a prática jornalística nos diversos meios de comunicação e são identificáveis com facilidade nos conteúdos expostos pelos veículos²¹. Essas medidas se encaixam para o impresso, rádio, televisão e internet, porém a forma como a notícia é apresentada que se altera.

Naturalmente, a notícia televisiva é um discurso que é estruturado pelos discursos mais amplos da televisão. A notícia, seja ela ouvida no rádio, lida nos jornais ou vista na televisão, ganha muito de sua configuração das características do próprio meio no qual ela aparece. (GOMES, p. 24. 2011)

Certamente a forma de produzir notícia varia de acordo com o meio no qual ela será veiculada. É importante perceber que a semelhança entre os veículos de comunicação é a notícia, e o que modifica é o suporte e a linguagem que será utilizada em cada um deles. Paul H. Weaver (1993) foi um autor que se preocupou em realizar uma comparação entre a notícia veiculada no meio impresso e na televisão. Ambas se assemelham por refletirem o *éthos*, ou seja, os hábitos, da comunidade jornalística, por serem moldadas por processos e estruturas de

²¹ Veículos não especializados principalmente, já que os especializados, tendem a usar termos específicos que podem não ser de conhecimento geral. Isso se dá pelo fato de que esses se dirigem a um público segmentando que possui um entendimento prévio de seu conteúdo e sua abordagem.

produção e ambas utilizam os mesmos temas, fórmulas e símbolos na construção de sua narrativa (WEAVER, 1993, p. 254, apud TRAQUINA, 1993, p. 256).

Contudo, mesmo com as semelhanças apresentadas, as disparidades são visíveis no sentido de que a narrativa televisiva tem sua estrutura organizada em função do tempo, enquanto os jornais são organizados em relação ao espaço. Em relação a notícia individual, o autor também aponta que na televisão, só é compreendida completamente quando assistida do início ao fim, já nos jornais isso se difere pois é utilizado a organização em “pirâmide invertida”, isto é, são apresentados logo no primeiro parágrafo, o chamado *lead*, as principais informações a respeito do caso a ser contado (WEAVER, 1993, p. 254, apud TRAQUINA, 1993, p. 298).

Um ponto que é evidente, porém vale a pena ser citado é que ainda consoante Weaver, outra diferença entre as formas de passar a notícia é que, no impresso essa é apenas visual, enquanto na televisão ela possui o áudio agregado a imagem. Weaver também comenta que nos jornais impressos a forma de narrativa é impessoal, a retórica ofusca a presença do jornalista, isso para privilegiar a objetividade. Esse fator se contrasta com a televisão que traz uma voz narrativa pessoal, isso se dá pela presença de fato, física, do jornalista (WEAVER, 1993, p. 300).

Outro tópico que Weaver aborda é a questão do espetáculo que a televisão traz. As notícias televisivas são carregadas de preocupação com a imagem, isso porque as imagens se relacionam com critérios de noticiabilidade, ou seja, a imagem serve como um quesito para a veiculação da notícia (WEAVER, 1993, p. 303). Através das diferenças estruturais e relacionadas a forma de reportar o conteúdo, Weaver “[...] chega à conclusão polêmica de que as notícias televisivas são mais interpretativas e menos constrangidas pelo fluxo diário dos acontecimentos” (WEAVER, 1993, p. 254, apud TRAQUINA, 1993, p. 254).

Assim, é possível apontar como no telejornalismo o elemento da imagem é relevante.

A variedade de imagens oferecidas aparece também como um forte apelo para a audiência e, de modo a manter o telespectador preso no fluxo televisivo, no telejornalismo as imagens são estruturadas de acordo com a estética de produção de mercadoria. (GOMES, p. 27. 2011)

Jensen (1986) também faz apontamentos em relação a caracterização das notícias na televisão e como as imagens oferecidas por ela se mostram ao público.

[...] o gênero notícia televisiva expõe duas narrativas paralelas: a narrativa visual, que se coloca como um documento do que realmente aconteceu, assim demonstrando a pretensão da objetividade, e a narrativa falada que contribui com informação complementar, ainda que permaneça relativamente distinta, sem comprometer o status da narrativa visual como pura informação. Para a audiência, essa convenção de gênero contribui para a potencial heterogeneidade da experiência com o jornalismo. (JENSEN, 1986, p. 65)

O autor aborda ainda, que independente da razão pela qual a notícia esteja sendo veiculada, “[...] qualquer que seja sua justificação econômica ou organizacional”, a convenção de gênero citada por ele, resulta em um produto aberto a interpretações. Ou seja, Jensen (1986) e Weaver (1993) concordam no sentido de que a mensagem passada pela notícia televisiva se faz subjetiva, pois é interpretativa.

3 A HORA DO SHOW

O presente capítulo aborda o histórico do Rock in Rio, descreve como se processa sua cobertura jornalística, para isso serão analisadas as edições de 2001 e 2019, Rock in Rio III e Rock in Rio VIII, respectivamente. Também será analisado se houveram modificações na cobertura de ambos, se ocorreram eventuais alterações ou não no intervalo dos 18 anos entre um festival para o outro. Para a realização dessa comparação, serão observados vídeos disponíveis na plataforma de música e vídeo, YouTube. Contudo antes de abordar o Rock in Rio especificamente far-se-á um breve comentário, de forma geral, sobre os festivais mundiais.

Em relação aos festivais, existem vários pelo mundo e com diversas temáticas e dinâmicas. *Coachella Valley Music and Arts Festival* na Califórnia, *Glastonbury Festival* no Reino Unido, *Tomorrowland* na Bélgica, *Lollapalooza* em Chicago, todos esses são nomes grandes festivais de música espalhados pelo globo. Essas festividades proporcionam diversificadas experiências culturais, gastronômicas, de arte, moda e, evidentemente, de muitas horas de música para seus visitantes. O que hoje caracteriza evidentemente uma celebração com fins lucrativos, afirmação essa que se justifica pela grande quantidade de patrocinadores que possuem, antes eram associados a manifestações sociais e políticas.

Os festivais de música foram um espaço alternativo para interação social e sexual, consumo de drogas, expressão musical e relaxamento. Seu começo compreendeu frequentemente a parte das revoluções sociais, motivado por desejos de inverter a ortodoxia e o conservadorismo moral, ao invés de imperativos comerciais. (GILBSON; CONNELL, 2012, p.14)

Pela abordagem dos autores é possível notar a disparidade entre os intuitos dos festivais com passar dos anos. Um exemplo disso no meio musical é o *Woodstock Music & Art Fair*, que aconteceu em 1969 e deixou marcas na memória geral. Reunindo mais de 500 mil pessoas em uma fazenda no interior de Nova Iorque, e trazendo nomes como Janis Joplin e Jimmy Hendrix, o festival trazia consigo os dizeres e a luta contra o preconceito com o movimento *hippie*, que estava em seu auge na época.

Diferente do que Gilson e Connell (2012) apontaram como motivação inicial para a criação do festival de música de 1969, na autobiografia de Elliot Tiber, organizador do evento, “Aconteceu em *Woodstock*” percebe-se o jogo de interesses envolvendo dinheiro, políticos e advogados. Então, desde a década de 60, com o festival de *Woodstock*, pode-se dizer que os festivais de música apesar de serem

fundamentados por interesses monetários, eles também carregam mensagens e desejos sociais, que, por fim, são convertidos em entretenimento para o público²².

3.1 A criação de um megaevento: histórico do Rock in Rio

No que tange a respeito do entretenimento, para o jornalista Neal Gabler (2000, p. 17), “[...] talvez o entretenimento seja a força mais poderosa, insidiosa e inelutável de nosso tempo – uma força tão esmagadora que acabou produzindo uma metástase e virando a própria vida”. Em relação a etimologia da palavra entretenimento, o jornalista a descreve como “[...] aquilo que diverte com distração ou recreação” ou “[...] um espetáculo público ou mostra destinada a interessar ou divertir”. Então, os festivais servem como produtos criados para seduzir uma plateia que colabora com esses fundamentos e o Brasil é palco de um dos mais grandiosos desses eventos, o Rock in Rio, que habitualmente acontece de dois em dois anos na cidade do Rio de Janeiro, considerado um dos maiores festivais de música do mundo.²³

Foram 10 dias de música e muita emoção na primeira. Cidade do Rock, que ocupou uma área de 250 mil metros quadrados, no Rio de Janeiro. No palco - o maior do mundo na época, com 80 metros de boca de cena - 15 atrações nacionais e 16 internacionais. Na plateia, 1 milhão e 380 mil pessoas. Pela primeira vez no mundo a plateia de um grande show foi iluminada. O público começava aí a fazer parte do espetáculo. Nascia ali o maior festival de música do mundo. (ROCK IN RIO, 2022)²⁴

Estudioso do ramo de eventos e turismo, Donald Getz (2007), descreve e classifica os eventos em 9 categorias referentes as suas características. O Rock In Rio se enquadra no que Getz (2007) aponta como Mega Evento.

[...] são eventos que possuem mais de um milhão de participantes como as Olimpíadas. Contudo o autor ressalva que o termo pode ser relativo, uma vez que um pequeno Festival de Música pode ter um impacto gigantesco na sua cidade, assim pode ser considerado também um ‘mega’evento. Para o

²² As informações sobre o *Woodstock Music & Art Fair* foram retiradas da autobiografia do autor “Aconteceu em *Woodstock*”.

TIBER, Elliot. *Aconteceu em Woodstock*. 1ª ed. Rio de Janeiro: Best Seller, 2009. 301 p.

²³ A história do Rock in Rio. Disponível em: [www.deezer-blog.com/br/rock-in-rio/#:~:text=O%20Rock%20in%20Rio%20%C3%A9,de%20m%C3%BAsica%20do%20planeta%20terra](http://www.deezer-blog.com/br/rock-in-rio/#:~:text=O%20Rock%20in%20Rio%20%C3%A9,de%20m%C3%BAsica%20do%20planeta%20terra. E ainda na classificação da Forbes: https://forbes.com.br/listas/2019/04/os-maiores-festivais-de-musica-do-mundo/). E ainda na classificação da Forbes: <https://forbes.com.br/listas/2019/04/os-maiores-festivais-de-musica-do-mundo/> Acesso em: 20 de out. de 2022.

²⁴ Rock in Rio 2022. Disponível em: <https://rockinrio.com/rio/pt-br/historia/>. Acesso em: 20 de out. de 2022.

autor, esta tipologia refere-se ao tamanho da significância do evento, ou seja, esta tipologia é caracterizada por aqueles que possuem um alto impacto na economia das cidades onde se instalam, atraem visibilidade publicitária e promovem altos níveis de turismo (JUCA *apud* GETZ, 2019, p. 55)

Seis meses antes de ocorrer o Rock in Rio IX, edição de 2022, o governador do estado onde o evento acontece declarou o festival como patrimônio cultural imaterial do Rio de Janeiro. Isso devido ao evento demonstrar relevância cultural trazendo uma diversidade de artistas de diferentes estilos e gerações, e, pelo fato de movimentar a economia.²⁵

Esse megaevento é projetado pelo empresário Roberto Medina, presidente da *Rock World*, empresa responsável por realizar o Rock in Rio. “O maior festival de rock desde Woodstock”, foi como o Rock in Rio ficou conhecido depois de sua primeira edição em 1985, sua realização contou com a colaboração de nomes como Frank Sinatra e a banda Queen. Foi Sinatra quem convocou a imprensa para ouvir as declarações de Medina sobre o festival, já que ele sozinho não conseguiria pois era pouco conhecido na época. Após o convite para a imprensa feito por Sinatra, foi amplamente divulgado que o maior evento de rock do mundo iria acontecer no Brasil. A renomada banda Queen também colaborou para a concretização do festival, eles emprestaram seus equipamentos de show para a apresentação das demais bandas.²⁶

Já de acordo com o Memória Globo (2021), em sua primeira edição, na década de 80, o Rock in Rio movimentou um público de 1 milhão 380 mil pessoas, em 10 dias de show. Ele foi realizado na Cidade do Rock, uma área com 250 mil metros quadrados e que foi projetada e construída especialmente para o acontecimento do evento. Nessa edição o Brasil recebeu pela primeira vez mais de 20 bandas inéditas em território nacional. Nomes como AC/DC, Queen, Ozzy Osbourne, Rod Stewart e Iron Maiden estiveram presentes se apresentando no palco.

²⁵ A história do Rock in Rio:

www.deezer-blog.com/br/rock-in-rio/#:~:text=O%20Rock%20in%20Rio%20%C3%A9,de%20m%C3%BAfica%20do%20planeta%20terra. Acesso em: 20 de out. de 2022.

²⁶ As informações sobre a história do Rock in Rio têm como fonte: www.deezer-https://abramark.com.br/hall-da-fama/roberto-medina/. Acesso em: 20 de out. de 2022; e <https://gshow.globo.com/tudo-mais/rock-in-rio/noticia/roberto-medina-idealizador-do-rock-in-rio-fala-sobre-ajuda-que-recebeu-de-frank-sinatra.ghtml>. Acesso em: 20 de out. de 2022.

3.2 A cobertura televisiva do maior festival musical do mundo

3.2.1 Rock in Rio III

Foi em 2001 quando a história do Rock in Rio mudou. A terceira edição do festival trouxe consigo uma nova função. Conforme o Memória Globo (2021) Ressignificando sua trajetória o evento carregou uma proposta subjetiva, através de mensagens emotivas, ele utilizou da dimensão de sua capacidade de comunicação para alertar o público sobre a função de cada um na criação de um mundo melhor.

Ainda segundo o Memória Globo (2021), o Rock in Rio III foi a primeira edição do evento a se engajar com causas sociais, tanto que foi instalada uma tenda para debates sobre questões socioambientais, educativas e de cidadania, além disso, nessa edição o festival gerou recursos para milhares de jovens concluírem seus estudos. A partir disso, o evento assumiu compromissos socioambientais e se engajou com questões sociais.

Novamente, em 2001, foi montada em Jacarepaguá a Cidade do Rock para a realização do festival. O Palco Mundo, foi o palco principal, mais automatizado e com três estruturas em uma, isso para conferir maior agilidade na mudança de cenários entre os shows. Além disso, esse palco possuía equipamentos que lançavam jatos de água que serviam para refrescar a plateia do calor do mês de janeiro, isso segundo o Memória Globo (2021).

A Rede Globo foi a grande responsável pela transmissão desse evento. Como nos demais anos e recebeu um grande investimento para sua cobertura jornalística. Ainda no ano de 2001, consoante o que aponta o site Memória Globo (2021), a emissora disponibilizou mais de 160 profissionais para atuarem diretamente nessa cobertura. Nos dias de show, o telejornal RJTV, exclusivo do estado do Rio de Janeiro, teve suas edições transmitidas diretamente da Cidade do Rock. Além disso, outros telejornais também reservaram local em sua grade para noticiarem o festival. Foram exibidos flashes durante o dia na emissora, informações sobre a organização diária do evento e também dicas de trânsito e transporte. Apesar dos flashes, a grade televisiva era mantida normalmente até as 22 horas quando começava a

transmissão ao vivo das apresentações. No intervalo dos shows, os repórteres tratavam de mostrar para os telespectadores o camarote VIP²⁷ para convidados, o *backstage* (bastidores), além de interagirem com as pessoas na plateia.

Os profissionais de jornalismo da Rede Globo acompanharam por vários momentos as atrações do festival recém-chegados no Brasil. Em 2001, ainda no RJTV foi televisionada a chegada de Britney Spears no país, e na mesma edição, uma entrevista com fãs da banda Oasis. Além do ator Marcio Garcia apresentava de um camarote exclusivo da Rede Globo um quadro que mostrava os melhores momentos da noite. Eram expostos os pontos mais marcantes dos shows, reportagem ao vivo sobre o dia e ainda entrevista com críticos da música e outros profissionais de jornalismo. Outro quadro que também foi criado para o Rock in Rio foi o “Flashback”, nesse os artistas convidados comentavam sobre as edições passadas. Também existia outro quadro no qual eram mostrados videoclipes, comentados pelo apresentador Zeca Camargo a respeito dos músicos que se apresentariam no dia seguinte.²⁸

3.2.2 Rock in Rio VIII

Já a edição de 2019, aconteceu no Parque Olímpico do Rio de Janeiro, segundo o g1 (2018), em uma área de 385 mil metros quadrados. Nesse ano ainda foi disponibilizado uma área de comércio de meio quilometro, comidas, bebida e produtos licenciados eram todos vendidos nesse local.

Além disso, o Rock in Rio VIII trouxe novidades para os palcos. O palco selecionado para apresentações de música eletrônica foi renovado, o local passou por uma intervenção, ficando esteticamente mais agradável, com o nome de *New Dance Order* e trouxe shows de renomados DJs. Outro ponto que também ganhou destaque nessa edição foi o Espaço Favela, esse foi um local reservado para artistas vindos de comunidades, que apresentam uma história a ser contada na cena musical. Nesse palco os gêneros de música que mais se fizeram presentes foram o

²⁷ VIP é a sigla em inglês de “*Very Important Person*”, uma expressão utilizada para se referir a uma pessoa muito importante e ilustre. Disponível em: <https://www.significados.com.br/vip/>. Acesso em: 20 de out. de 2022.

²⁸ A história do Rock in Rio. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/rock-in-rio/noticia/rock-in-rio-iii.ghtml>. Acesso em: 20 de out. de 2022.

rap e o funk, gêneros que nas programações passadas eram deixados de lado. Nesse palco, nomes como Ludmilla, Hip Hop Orquestra, Xamã, MC Carol, Tati Quebra Barraco e diversas outras atrações estavam em cena.²⁹

Segundo o site g1 (2019), os dois melhores shows do festival do ano de 2019 foram da cantora pop Pink e da banda de metal Iron Maiden. Desde a primeira vez que o Rock in Rio aconteceu, em 1985, até sua última edição em 2022, o Iron Maiden é a banda que mais subiu nos palcos desse evento, marcando presença em cinco das nove edições do festival.

Na apresentação do Rock in Rio VIII, o Iron Maiden fez um show considerado pomposo e chamativo, com aparatos especiais, decoração no palco. Isso se tornou nítido através da observação do material disponível no YouTube dessa apresentação.³⁰ Bruce Dickinson, vocalista da banda, realizou uma troca de figurino com acessórios como uma máscara prateada e uma lanterna ao cantar “*Fear of the Dark*” um dos singles da banda. Além disso, para complementar ainda mais a espetacularização da apresentação musical, Bruce também levou para o palco um aparelho de lança chamas ao cantar a faixa “*Flight of Icaurs*”. E cantou dentro de uma espécie de jaula a canção “*Hallowed be thy name*”, a apresentação da banda foi considerada uma das melhores de 2019 no festival.

Outro ponto de destaque dessa mesma edição do evento foi que o Rock in Rio mantém, desde 2001, a bandeira de responsabilidade socioambiental, tanto que nesse ano a organização do evento criou o projeto Por um Mundo Melhor e a partir disso, o festival se envolveu com a questão ambiental. Uma novidade que surgiu na edição de 2017 e que se perpetua até as atuais é a possibilidade de doação de até 20 árvores no ato da compra de seu ingresso para entrar no evento. Ao comprar o ticket para o festival, é apresentada a oportunidade de doar árvores pelo valor de seis reais e cinquenta centavos cada, além das taxas.³¹

²⁹ A história do Rock in Rio. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2019/noticia/2019/04/01/rock-in-rio-2019-anuncia-atracoes-do-palco-sunset-e-completa-programacao-do-festival.ghtml>. Acesso em 25 de out. de 2022.

³⁰ Material utilizado para análise. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=z2vt4bilVt4>

³¹ O valor apontado representa o valor do ano de 2019, em 2017, ano pioneiro dessa iniciativa o valor de cada árvore era de quatro reais e cinquenta centavos e o adicional das taxas. Essa informação foi retirada da publicação no perfil oficial do Rock in Rio no Facebook. Disponível em: https://m.facebook.com/RockInRio/photos/a.143723405659277/1417242798307325/?comment_id=1417933651571573&reply_comment_id=1417948421570096. Acesso em 21 de out. de 2022.

Porém, um fator que vai contra essa bandeira ambiental levantada pelo Rock in Rio é a produção de lixo gerada diariamente. De acordo com uma matéria³² do site g1 (2019) Nos primeiros três dias de evento em 2019, foram recolhidas 162,2 toneladas de resíduos, além disso, foram comuns os comentários sobre o acúmulo de lixo no chão. A contradição foi no sentido de que, um megaevento que trabalha a questão ambiental com tanto apelo é também o responsável pela produção de toneladas diárias de resíduos.

Em relação a cobertura jornalística do Rock in Rio VIII, o Canal Bis apareceu pela primeira vez acompanhando o Multishow no trabalho de mostrar aos espectadores as novidades do festival, ambos Canais da Globo, que disponibilizaram uma equipe de 26 apresentadores encarregados de mostrar os acontecimentos da Cidade do Rock pelas plataformas digitais, divulgando notícias e fazendo *lives* nas redes sociais. Para a televisão, o Multishow transmitiu em tempo real todos os shows que aconteceram nos palcos Mundo e Sunset, e o Canal Bis ficou responsável pela cobertura de atrações secundárias como Espaço Favela, New Dance Order e outras áreas do festival.³³

Glass Studio foi um estúdio de vidro localizado em frente ao Palco Mundo e nele aconteceram as *lives* que foram no ar pelo canal do YouTube da Multishow, além disso, esse estúdio ainda recebeu convidados. A grandiosidade da cobertura desse evento se confirma pelo fato de terem sido mais de 70 câmeras espalhadas pelo local e 25 jornalistas. Isso garantiu que a experiência, novidades e acontecimentos do evento pudessem ser transmitidos de forma clara, e sempre com tom de descontração, para os espectadores. O Rock in Rio em 2019 contou com uma equipe jornalística que produzia conteúdos especializados, segmentados para cada ocasião do festival.³⁴

³² A história do Rock in Rio. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2019/noticia/2019/10/07/lixo-circo-brasileiros-x-gringos-nostalgia-o-que-deu-certo-e-o-que-deu-errado-no-rock-in-rio-2019.ghtml>. Acesso em: 21 de out. de 2022.

³³ A história do Rock in Rio. Disponível em: <https://web.portalsucesso.com.br/home/rock-in-rio-2019-tera-grande-cobertura-pela-tv>. Acesso em: 21 de out. de 2022.

³⁴ A história do Rock in Rio. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2019/noticia/2018/11/10/rock-in-rio-2019-divulga-mapa-e-aumenta-area-do-evento.ghtml>. Acesso em: 21 de out. de 2022.

3.3 Análise comparativa do estudo de caso: possíveis modificações na cobertura do evento

Para a realização a comparação sobre as possíveis modificações que aconteceram na cobertura do festival de música Rock in Rio, foram analisados dois vídeos disponíveis na rede YouTube. Ambos os vídeos tratam do mesmo tema, a cobertura telejornalística realizada pela Rede Globo, através do Multishow, um dos Canais Globo e ambos do show da banda de metal Iron Maiden. Os vídeos estão à disposição dos usuários que possuem acesso à internet, na plataforma de música e vídeo YouTube.

O vídeo selecionado como material de análise da cobertura televisiva do Rock in Rio III (2001)³⁵ se inicia com uma conversa descontraída entre o ator Marcio Garcia e o cantor Celso Blues Boy em um estúdio montado dentro da área do Rock in Rio. Comentam sobre acontecimentos do show anterior, e sobre o fato de Rob Halford, vocalista da banda de *heavy metal* Judas Priest ter se assumido homossexual. Marcio questiona o cantor, se ele acha que os fãs da banda ficaram decepcionados com o vocalista ter se assumido e ele reage dizendo que não sabe responder, mas que a figura de Rob não combina com o fato dele não ser heterossexual. Esse questionamento de Marcio e a resposta dada por Celso, em 2001, não geraram repercussão negativa, porém, 21 anos depois, é possível dizer que não seria admissível uma situação como essa acontecendo durante a cobertura ao vivo de um festival que neste mesmo ano de 2001 fez um alertar ao público sobre a função de cada um criar um mundo melhor.

Após a conversa controversa de Marcio Garcia e Celso Blues Boy, o ator chama a jornalista Renata Capucci que aparece do camarote do Rock in Rio ao lado da cantora Rosemary, ao ser entrevistava por Renata aponta sobre sua afeição pelo *rock'n roll* e elogia a estrutura do evento, planejada por Roberto Medina. Depois da curta entrada de Renata, a jornalista chama a reportagem de Lúcio Sturm sobre a representatividade do *rock'n roll* dentro das favelas.

O show do Iron Maiden estava acontecendo no momento em que a Renata Capucci anunciou a reportagem de Lúcio Sturm, então a transmissão ao vivo foi

³⁵ Material utilizado para análise do Rock in Rio III. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o5eckM2JO2o>. Acesso em 24 de out. de 2022.

interrompida para que a reportagem sobre bandas de rock na Favela da Maré fosse exibida, com duração de cerca de 2 minutos e 30 segundos. Após o fim da matéria, o repórter Maurício Kubruksly, aparece no meio da plateia no Rock in Rio, interagindo, fazendo questionamentos sobre a representatividade do *rock'n roll* nas favelas. Então, o foco volta ao estúdio com Marcio Garcia que anuncia que a banda já está tocando no palco, porém chama um *videoteipe*, termo conhecido como VT no meio jornalístico, com duração de 40 segundos, com a presença da jornalista Priscila Brandão entrevistando Steve Harris e interagindo com Bruce Dickinson, integrantes do Iron Maiden.

Logo após, Marcio Garcia volta anunciando a transmissão do show e com três minutos passados, Marcio aparece no estúdio novamente chamando um quadro, com um minuto e meio de duração, com o ator Eduardo Dussek, que falou da primeira edição do Rock in Rio, em 1985.

Após, Marcio Garcia chama novamente Renata Capucci direto do camarote com a sambista Luciana Sargentelli. Maurício Kubruksly retorna ao foco, do meio da plateia. Lúcio Sturm, volta interagindo com o público na plateia, de onde mostra as tatuagens dos presentes. Após mais três minutos de exibição do show do Iron Maiden, o foco volta para o estúdio, novamente com Marcio Garcia, dessa vez entrevistando o cantor Supla.

E assim segue a transmissão desse dia do evento, em que foi possível perceber uma descontinuidade na cobertura, já que essa não foca diretamente o show, ou seja, o acontecimento principal. No decurso de uma hora e trinta e quatro minutos do material selecionado para análise, todo esse tempo é marcado por entradas dos repórteres e VTs durante o tempo de show. A cobertura realizada pela Rede Globo não teve foco na apresentação da banda Iron Maiden de fato, e sim na realização de entrevistas com artistas e o público, e os VTs de variados temas relacionados ao *rock'n roll*. O vídeo analisado se encerra com a banda Iron Maiden desejando boa noite e se despedindo do público.

Já a cobertura ao vivo do show da mesma banda em 2019 aconteceu de forma diferente. Conforme o material disponível para análise,³⁶ a transmissão ao vivo do show já se inicia com a banda Iron Maiden fazendo sua entrada no palco e

³⁶ Material utilizado para análise do Rock in Rio VIII. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=z2vt4bilVt4>. Acesso em 24 de out. de 2022.

dando início a apresentação. A banda fez um show utilizando de recursos visuais, cenarização e troca de figurinos.

Alguns dos usuários do Twitter³⁷, que comentaram a respeito do show em suas publicações utilizando a *hashtag* #IronMaidenNoMultishow, alguns desses tiveram a oportunidade de ter seu *tweet* exposto durante a transmissão ao vivo da Multishow.

No decorrer do show as câmeras se alternavam, por vezes, entre a banda e o público. Um ponto a se notar na transmissão do show de 2019 é que nesse ano, o foco foi para a banda. Houve cobertura de fato e as músicas foram o ponto principal da apresentação sem interrupções durante o show, como feito na edição de 2001, somente com 1 hora e 34 minutos, quando o vocalista avisou que a banda faria uma pausa, então a transmissão foi direcionada para o estúdio do canal BIS, que também realiza a cobertura do festival junto da Multishow.

Nesse estúdio estavam presentes quatro dos apresentadores responsáveis pela cobertura desse show, Jimmy London, Rodrigo Pinto, Didi Wagner e Dedé Teicher, que fizeram apontamentos rápidos sobre a passagem da banda pelo festival e pelo país. Trazendo informações como por exemplo, o Brasil ser responsável por 14% dos acessos que o Iron Maiden possui no YouTube. O foco nesse estúdio dura cerca de três minutos, o tempo em que a banda levou para realizar um intervalo e voltar ao palco. Com uma hora e cinquenta e três minutos, a banda apresenta a última música de sua lista e com uma hora e cinquenta e cinco minutos, após a despedida dos artistas, a transmissão se encerra.

3.4 Análise dos Resultados

Ambas as coberturas televisivas, tanto do Rock in Rio III, quanto a do Rock in Rio VIII, foram realizadas pela Rede Globo, através de seus canais. Como diferenças notáveis a serem apontadas, é possível fazer uma distinção quanto a forma dos apresentadores conduzirem a transmissão. No ano de 2001, a apresentação das imagens do show foi interrompida diversas vezes por razões de entrevistas, reportagens e VTs que foram inseridos. A equipe da Rede Globo foi

³⁷ O Twitter é uma rede social que simula um blog pessoal. A plataforma oferece um espaço de 280 caracteres para você mandar mensagens sobre “O que está acontecendo?” para todos os seus seguidores. No Twitter, essas mensagens são chamadas de “Tweet”. Disponível em: <https://www.mlabs.com.br/blog/twitter>. Acesso em: 21 de out. de 2022.

composta nesse dia por Marcio Garcia, Renata Capucci, Priscila Brandão, Mauricio Kubruksly e Lúcio Sturm, que realizaram entradas ao lado de artistas convidados como participações especiais. Essas constantes interrupções feitas durante a transmissão do show foram prejudiciais aos telespectadores que queria apreciar a apresentação da banda.

A situação foi diferente em 2019, já que a equipe responsável pela cobertura do show do Iron Maiden, nesse ano, realizou apenas uma aparição durante todo o show. Dessa vez, a apresentação da banda foi o foco, pois o espetáculo foi mostrado na maior parte do tempo no vídeo elaborado para sua divulgação e por isso selecionado para análise.

Através dessa avaliação, foi possível notar mudança na qualidade do produto jornalístico. As interrupções realizadas com frequência durante a cobertura do show de 2001 retiraram a fluidez do produto final. Já no ano de 2019, a cobertura foi inteiramente focada na apresentação da banda. A cobertura jornalística de 2019 mostrou apenas uma entrada dos repórteres, que apareceram direto do estúdio da Multishow, isso durante apenas o intervalo de 3 minutos da banda.

Em relação a linguagem utilizada pelos apresentadores que cobriram os shows, em ambas os anos, todos traziam consigo um linguajar descontraído. Mesmo que atuando dentro das normas jornalísticas, utilizavam de uma linguagem própria para se aproximarem dos entrevistados e dos telespectadores. Sendo ainda, que algumas personalidades entrevistadas estavam no festival para assistir aos shows, como o caso da atriz Suzana Werner.

Um fator que é possível relacionar com os postulados de Weaver (1993) é a forma de **transmitir** as informações, um ponto que se assemelha em ambas as edições é a presença do repórter durante a cobertura, a presença física desse profissional trouxe uma voz de narrativa pessoal para o material jornalístico.

Outro ponto que também diferencia o produto jornalístico produzido através das duas edições do festival foi a participação do público que não estava presente no festival. Em 2001, 5,7% da população brasileira utilizava internet, correspondente a 9,8 milhões de pessoas.³⁸ E nesse ano (2001) a cobertura foi transmitida

³⁸ Informações acerca do acesso à internet no ano de 2001. Disponível em: [https://memoria.rnp.br/noticias/imprensa/2001/not-imp-010310.html#:~:text=As%20estimativas%20mais%20recentes%20sobre,%2C7%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20brasileira](https://memoria.rnp.br/noticias/imprensa/2001/not-imp-010310.html#:~:text=As%20estimativas%20mais%20recentes%20sobre,%2C7%25%20da%20popula%C3%A7%C3%A3o%20brasileira.). Acesso em: 24 de out. de 2022.

exclusivamente pela televisão, através dos Canais Globo. Já no último ano analisado (2019), no Brasil 143,5 milhões de pessoas possuíam acesso à internet, isso corresponde a 78,3% da população.³⁹ Com o avanço tecnológico que o país adquiriu no intervalo de 18 anos, no Rock in Rio VIII foi possível a participação de usuários do *Twitter* indiretamente na transmissão dos shows, quando seus *tweets* eram expostos na tela de apresentação do evento.

Quadro 1 – Comparação dos shows do Iron Maiden no Rock in Rio III e VIII

Rock in Rio III (2001)	Rock in Rio VIII (2019)
O produto final entregue ao público foi marcado por interrupções constantes a cobertura do show do Iron Maiden, pois em seu decorrer foram apresentados produtos jornalísticos como reportagens, VTs e entrevistas.	Voltou seu foco majoritariamente para a apresentação da banda. Com apenas uma aparição dos apresentadores durante o intervalo da mesma. Deste modo o produto jornalístico entregue ao público foi mais harmônico e sequenciado.
Transmissão exclusiva pela televisão através do Multishow, um dos Canais Globo	Transmissão pela televisão exclusivamente feita pelo Multishow e I BIS, ambos canais Globo. Além disso, o show também foi transmitido pelo canal do YouTube da Multishow. Apresentação de conteúdo de interação publicado pelo público no twitter
Linguagem descontraída e casual ao se direcionar aos telespectadores.	Linguagem descontraída e casual ao se direcionar aos telespectadores

Fonte: elaborada pela autora

O Quadro 1, mostra as modificações ocorridas na cobertura do show do Iron Maiden em duas edições do maior festival de música brasileiro. Deixa evidente que, no intervalo de dezoito anos, ocorreram alterações na cobertura que modificaram a entrega dos produtos jornalísticos e em sua qualidade, contudo estas não pareceram tão significativas diante do que poderia ser oferecido a partir da evolução tecnológica disponível em 2019 em relação a 2001. .

³⁹ Informações acerca do acesso à internet no ano de 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/04/14/em-2019-brasil-tinha-quase-40-milhoes-de-pessoas-sem-acesso-a-internet-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 24 de out. de 2022.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o trabalho foram apontados alguns dos métodos aplicados ao telejornalismo, que foram utilizados para realizar a análise do material jornalístico selecionado. Através da observação de dois vídeos que, em momentos diferentes, tratavam da cobertura do show do Iron Maiden no Rock in Rio, foi possível notar algumas das eventuais mudanças que serviram de hipótese para a elaboração do presente trabalho.

Pela descrição acerca das duas edições do evento que foram selecionadas, a de 2001 e 2019, foi preciso levar em consideração a passagem de dezoito anos entre elas. Além disso, também foi necessário considerar os potenciais avanços tecnológicos, frutos de um mundo globalizado para que fosse possível supor que existiriam mudanças entre as coberturas televisivas do festival. Mudanças essas que também são advindas do desenvolvimento da tecnologia.

No que concerne aos objetivos propostos no trabalho, foi possível apontar que de fato aconteceram mudanças na cobertura televisiva de um show do megaevento Rock in Rio entre as duas edições. Através da observação do material selecionado foi possível descrever suas características e assim, pontuar quais foram as alterações realizadas no produto jornalístico transmitido pela Rede Globo, através do Multishow.

Pela análise do material, foi possível concluir que durante a cobertura do ano de 2001, a apresentação da banda foi interrompida diversas vezes para serem veiculadas reportagens e entrevistas. Esse ponto influenciou negativamente na fluidez do vídeo, pois tendo em vista que o objetivo desse era transmitir o show do Iron Maiden, esse foi prejudicado pelas interrupções realizadas pelos apresentadores. Já no ano de 2019, a transmissão foi fluida, devido ao fato de ocorrer somente um parêntese feito pelos apresentadores, e esse ainda foi feito durante o intervalo da banda, não comprometendo assim a continuidade do show.

Embora essas constatações, não se considera as mudanças ocorridas na cobertura televisiva do Multishow no show da banda Iron Maiden em 2019 como significativas em relação a exibição da mesma banda em 2001, tendo em vista os 18 anos decorridos e as possibilidades tecnológicas de 2019, que poderiam ser melhor exploradas pelos jornalistas.

Portanto, por meio da análise estabelecida, foram constatadas modificações na construção do material jornalístico, no sentido de que, a forma como a transmissão foi elaborada em 2001 se difere no sentido de ser menos fluida do que em 2019. Além de o fator desenvolvimento tecnológico também ser claramente identificado como uma das eventuais mudanças, pois na última edição avaliada, permitiu-se mesmo que de forma indireta, a participação do público que não estava presente no festival, isso por meio de *tweets*.

5 REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. de. **A modernização autoritária do jornalismo brasileiro**. Alceu, vol. 10, n° 20, p. 100-115, 2010.

ALBUQUERQUE, A. de. **Um outro quarto poder**: imprensa e compromisso político no Brasil. Revista Contracampo, n. 12, p. 1-36, 2000.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Televisão**: desafio permanente. 1997. Comunicação & Educação: São Paulo, 1997.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de telejornalismo**: Os segredos da notícia na TV. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal**. Um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil. 2005.

BECKER, Beatriz. **Telejornalismo de qualidade**: um conceito em construção. 2005. São Paulo: Revista Galáxia, 2005.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2004.

COUTO, Camille. **Rock in Rio**: festival é declarado patrimônio cultural imaterial do Rio de Janeiro. 2022. CNN: Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/rock-in-rio-festival-e-declarado-patrimonio-cultural-imaterial-do-rio-de-janeiro/>>. Acesso em: 12 de abr. de 2022.

DEEZER. **Rock in Rio**: a história do festival, curiosidades e grandes shows. 2021. Disponível em: <<https://www.deezer-blog.com/br/rock-in-rio/#:~:text=O%20Rock%20in%20Rio%20%C3%A9,de%20m%C3%BAsica%20do%20planeta%20terra>>. Acesso em: 02 de abr. de 2022

FILHO, Flavio Ferreira Lisboa; BAPTISTA, Maria Manuel. **Estudos culturais e interfaces**: objetos, metodologias e desenhos de investigação. 2016. Santa Maria: UFSM, 2016. Disponível em: <www.ufsm.br/estudosculturais>. Acesso em: 04 de jun. de 2022.

FORACCHI, Marialice Mencarini; MARTINS, José de Souza. **Sociologia e sociedade**: leituras de introdução à sociologia. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GLOBOSAT. **GloboSat**: sobre. Disponível em: <<http://canaisglobosat.globo.com/>>. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

Acontecendo Aqui. Pesquisa PMV 2019 revela liderança das marcas GLOBOSAT junto ao mercado anunciante. 2010. Disponível em: <<https://acontecedoaqui.com.br/comunicacao/pesquisa-pmv-2019-revela-lideranca-das-marcas-globosat-junto-ao-mercado-anunciante/>>. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

GOMES, IMM., org. **Gênero televisivo e modos de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011, 284 p.

HALLIN, Daniel C. e MANCINI, Paolo. **Comparing Media Systems**: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

HERRMANN, Ana Cláudia. **A Influência das Tecnologias e do Mercado Audiovisual Brasileiro na Estética de Projeto de Motion Graphics**: Análise da Identidade Televisiva do Canal Multishow. 2013. Trabalho apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Bacharelado em Design Digital da Universidade Federal de Pelotas. Pelotas: 2013. Disponível em: <http://www2.ufpel.edu.br/cearte/design/digital/tcc/acervo/2012_2.html>. Acesso em: 31 de mai. de 2022.

JENSEN, Klaus-Bruhn. **Making sense of the news**: towards a theory and an empirical model of reception for the study of mass communication. Aarhus/Denmark: Aarhus University Press, 1986.

MATTOS, Sérgio. **A história da TV Brasileira**. 2002. 4ª ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil**. 2009. Faculdade Santa Amélia SECAL. Paraná: Ponta Grossa, 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=1754>. Acesso em: 31 de mai. de 2022.

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES. **Secretaria de Comunicação da Presidência da República**. Disponível em: <www.secom.gov.br/sobre-a-secom/acoes-e-programas/pesquisas/relatorios/pesquisa>. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

MULTISHOW. **A Gente Se Diverte. Multishow.** Disponível em: <<http://canaisglobosat.globo.com/marca/multishow/#title>>. Acesso em: 06 de jun. de 2022.

NETO, Guilherme Guerreiro. **O jornalismo como instituição social.** Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC. 2012.

ORSOLINI, Alba Valéria Penteado; OLIVEIRA, Sheila Fernandes Pimenta e. Estudo de Caso como Método de Investigação Qualitativa: uma abordagem bibliográfica. Disponível em:

https://pos.unifacef.com.br/_livros/Cultura_Desenv/Artigos/Alba_Sheila.pdf. Acesso em: nov. de 2022.

PONTE, Raquel; NIEMEYER, Lucy. **A identidade televisiva como objeto de estudo In:** 4º Congresso Internacional de Design da Informação. 2009. São Paulo: Sociedade Brasileira de Design da Informação, 2009.

RAMONET, Ignácio. **A Tirania da Comunicação:** Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

RIZZATTO, Mariana. **Quem foi Assis Chateaubriand?** Este influente empresário brasileiro trouxe a TV para o nosso país e foi dono de um poderoso conglomerado midiático. 2020. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/quem-foi-assis-chateaubriand/>>. Acesso em: 05 de jun. de 2022.

RODRIGUES, Flávio Lins. **Rock in Rio:** comunicação e consumo no contexto de um grande evento made in Brazil. 2016. 292 f. Tese Doutorado em Comunicação – Centro de Educação e Humanidades, Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro; Dipartimento di Metodi e Modelli per l’Economia, il Territorio e la Finanza, Università degli Studi di Roma “La Sapienza”, Roma, 2016.

ROCK IN RIO. **Memória Globo.** Disponível em: <<https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/coberturas/rock-in-rio/rock-in-rio-i/>>. Acesso em: 13 de mar. de 2022.

ROCK IN RIO. **Rock in Rio:** História. Disponível em: <<https://rockinrio.com/rio/pt-br/historia/>> Acesso em 30 de mai. de 2022. Acesso em: 06 de mar. de 2022.

SCOTT, W. R. **Institutions and organizations.** London: Sage, 1996.

TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993

WEAVER, Paul H. **As notícias de jornal e as notícias de televisão**. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993. p. 294-305.