

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

JOÃO LUCAS SIQUEIRA MACHADO

**ESTRATÉGIAS DO CONTEÚDO JORNALÍSTICO DA RECORD:
UMA COMPARAÇÃO ENTRE TV E SITE.**

VOLTA REDONDA

2024

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**ESTRATÉGIAS DO CONTEÚDO JORNALÍSTICO DA RECORD:
UMA COMPARAÇÃO ENTRE TV E SITE.**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado na Universidade Fundação
Oswaldo Aranha para a obtenção de grau
de bacharel em Jornalismo.

Aluno: João Lucas Siqueira Machado

Orientador: Dr. Heitor da Luz Silva

VOLTA REDONDA

2024

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado Estratégias do conteúdo jornalístico da Recora: uma comparação entre a TV e site, elaborado por João Lucas Siqueira Machado, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Jornalismo.

Aprovado em 13 de novembro de 2024.

Banca Avaliadora:



Professor(a) orientador(a) - Heitor da Luz Silva, Doutor, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) - Rogério Martins de Souza, Doutor, UniFOA



Professor(a) avaliador(a) – Eduardo Jorge Nascimento de Oliveira, Doutor, Unifoa

Dedico esta monografia à minha família,
minha melhor amiga e a todos os
professores que fizeram parte da
graduação

AGRADECIMENTOS

Agradeço a toda a minha família, em especial, agradeço ao meu irmão, que, nos períodos mais caóticos, foi meu porto seguro, alguém com quem pude rir, conversar e encontrar a leveza necessária para seguir em frente. Estendo também meus agradecimentos ao meu orientador, que me ofereceu todo o suporte e orientação necessários para a realização desta monografia.

RESUMO

O telejornalismo brasileiro possui uma trajetória caracterizada pela constante adaptação e transformação de seus formatos, acompanhando as mudanças tecnológicas, sociais e culturais que influenciaram o país. Ao longo das últimas décadas, o telejornalismo evoluiu significativamente, absorvendo novas tecnologias, como a internet e as redes sociais, que ampliaram as possibilidades de cobertura e distribuição de notícias. Assim, apostou-se na hipótese que o site da Record se diferencia do conteúdo televisivo da emissora, sendo que, na televisão, a Record adota uma abordagem mais sensacionalista em sua programação, priorizando a dramatização e a emoção para captar a atenção do espectador. Na televisão, especialmente em programas como o *Cidade Alerta*, é evidente a busca por um impacto imediato, explorando tragédias e crimes de grande repercussão, enquanto no site da Record, as matérias tendem a ser mais comedidas. Com isso, foi destacado que a emissora enfatiza crimes, sequestros e temas de forte apelo emocional em todos os programas nacionais, alguns explorando esses temas de maneira mais nítidas que outros. Contudo, fica evidente a diferença entre a abordagem adotada no site e na televisão que apresenta informações significativamente distintas das publicadas no site. A pesquisa indica que *Fala Brasil* e *Cidade Alerta* têm um tom sensacionalista, em contraste com a abordagem mais neutra do site da Record.

Palavras Chave: Telejornalismo. Webjornalismo. TV Record.

ABSTRACT

Brazilian television journalism has a trajectory marked by the constant adaptation and transformation of its formats, keeping pace with the technological, social, and cultural changes that have shaped the country. Over recent decades, television journalism has evolved significantly, incorporating new technologies such as the internet and social media, which have expanded news coverage and distribution possibilities. Thus, the hypothesis was proposed that Record TV's website differs from the channel's televised content, as the broadcaster tends to adopt a more sensationalist approach on television, prioritizing dramatization and emotional appeal to capture viewers' attention. On television, especially in programs like *Cidade Alerta*, there is a clear emphasis on creating immediate impact by exploring high-profile tragedies and crimes, whereas Record's website tends to present news more moderately. The study highlights that the network emphasizes crimes, kidnappings, and emotionally charged topics across its national programs, though some shows portray these subjects more explicitly than others. However, a clear difference emerges between the website's and television's approaches, with the televised content being significantly distinct from the information published on the website. The research indicates that *Fala Brasil* and *Cidade Alerta* have a sensationalist tone, in contrast with the more neutral approach adopted on Record's website.

Keywords: Telejornalismo. Webjornalismo. TV Record

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	09
2 CAPÍTULO 1 – TELEJORNALISMO NO BRASIL	
2.1 - Início do telejornalismo no país	12
2.2 A evolução do telejornalismo no Brasil	15
2.3 O Telejornalismo Digital	20
2.4 - Teoria da Agenda – Setting e o jornalismo digital.....	22
3 CAPÍTULO 2 – ESTRUTURA DO JORNALISMO BRASILEIRO	
3.1 - A importância da política no Telejornalismo Brasileiro	25
3.2 - Critérios editoriais no Telejornalismo Brasileiro	27
3.3 - A Linha Editorial da Record: Sensacionalismo e Influência Política.....	29
4 CAPÍTULO 3 – COMPARATIVO ENTRE O TELEJORNALISMO E O SITE DA RECORD	
4.1 - Percurso metodológico	33
4.2 - Fala Brasil.....	35
4.3 - Cidade Alerta	38
4.4 – Jornal da Record.....	40
5 CONCLUSÃO	43
6 REFERÊNCIAS	47

1. INTRODUÇÃO

O telejornalismo brasileiro possui uma trajetória marcada pela adaptação e evolução de seus formatos, refletindo as mudanças tecnológicas, sociais e culturais que moldaram o país. Desde seus primeiros passos, quando as transmissões eram restritas e caracterizadas por um caráter informativo rígido, até a era atual, caracterizada pela integração das plataformas digitais e pela multiplicidade de canais de distribuição, o telejornalismo consolidou-se como uma das principais fontes de informação para a sociedade.

A Record foi fundada em 1953, inicialmente como uma emissora de rádio, e se consolidou como um dos principais canais de televisão do Brasil a partir de 1960. Desde seu início, a Record buscou se destacar por sua programação diversificada, incluindo novelas, programas de entretenimento e, especialmente, telejornais. O telejornalismo brasileiro começou a se desenvolver na década de 1960, com as primeiras transmissões ao vivo e a introdução de uma abordagem mais dinâmica na apresentação de notícias (NEVES, 2015)

Com a expansão da internet, a estrutura do jornalismo se fragmentou em várias plataformas, e os veículos tiveram que adaptar-se a públicos cada vez mais separados e exigentes. A adaptação do telejornalismo tradicional ao ambiente digital trouxe à tona desafios e oportunidades, e a Record TV tem sido um exemplo de como as emissoras podem inovar para se manter relevantes. Este trabalho analisa como a Record molda seu conteúdo para atender às especificidades da TV e do site de notícias, investigando não apenas as diferenças no tratamento editorial, mas também o que cada uma dessas mídias prioriza.

A hipótese que orientou esta pesquisa sugere que a Record TV adota uma abordagem mais sensacionalista em sua programação televisiva, priorizando a dramatização e a emoção para captar a atenção do espectador. Em contraste, o site de notícias da emissora tende a apresentar um conteúdo mais imparcial, focando na informação direta e na clareza, a fim de atender às exigências do ambiente digital e às expectativas de uma audiência que busca notícias rápidas e precisas.

Como hipótese complementar, acreditou-se que a cobertura de eventos relacionados à fé, como cultos, testemunhos e reportagens sobre milagres, seria uma constante na grade da Record, mostrando seu compromisso em dialogar com um público que valoriza essas experiências. A Record, sendo uma emissora pertencente por uma igreja neopentecostal desde 1989 segundo Mariano (1999), tem suas raízes profundamente entrelaçadas com a religiosidade brasileira. A partir do momento em que o Bispo Macedo assumiu as operações, a emissora buscou refletir e promover os valores de suas crenças, que são fortemente influenciados por uma visão religiosa, o que se supõe que tenha influenciado o jornalismo. Partiu-se da ideia de que essa identidade religiosa não apenas moldou sua programação, mas também afeta a forma como as notícias são apresentadas.

Para desenvolver essa análise, o trabalho se apoiou em uma revisão histórica e teórica sobre o telejornalismo, bem como em estudos que exploram a integração do jornalismo digital no Brasil. A pesquisa considera ainda aspectos técnicos e editoriais específicos da Record TV, explorando o papel da imagem e da linguagem emocional no telejornalismo televisivo. Esse olhar sobre a intersecção entre o tradicional e o digital não apenas enriquece a compreensão do cenário atual, mas também aponta para as direções futuras do telejornalismo no Brasil.

O primeiro capítulo explora a trajetória do telejornalismo no Brasil, abordando seu desenvolvimento desde a década de 1960, com o surgimento de transmissões ao vivo e formatos mais dinâmicos. O segundo capítulo foca na estrutura do telejornalismo brasileiro, discutindo a fragmentação da mídia e a necessidade das emissoras de inovar em resposta às exigências do público contemporâneo, em um cenário marcado pela ascensão da internet e das plataformas digitais. O terceiro capítulo faz um comparativo entre o telejornalismo e o site de notícias da Record, analisando as diferenças de abordagem editorial entre as duas mídias.

Esta seção examina como a Record molda seu conteúdo para atender tanto à audiência da televisão, que busca dramaticidade e emoção, quanto à do ambiente digital, que demanda informações mais claras e objetivas.

2. TELEJORNALISMO NO BRASIL

O telejornalismo desempenha um papel fundamental na comunicação em massa, conectando pessoas aos eventos globais e locais. De acordo com Rico e Vannucci (2017), o contexto brasileiro e sua trajetória começam de fato na década de 1950. Inicialmente, as emissoras pioneiras como TV Tupi, TV Excelsior, TV Rio e TV Record introduziram os primeiros noticiários, que logo se tornaram parte essencial da programação diária. Estes primeiros telejornais eram caracterizados por um formato simples, muitas vezes apenas com um apresentador lendo as notícias do dia, sem muitos recursos visuais ou reportagens externas (NEVES, 2015).

A adaptação às mudanças tecnológicas foi crucial para o desenvolvimento do telejornalismo brasileiro. Com a introdução de transmissões ao vivo, novas tecnologias de edição e câmeras avançadas, os noticiários começaram a se tornar mais dinâmicos e envolventes. Nos anos 1970 e 1980, o uso de videoteipes permitiu uma maior flexibilidade na edição e apresentação de matérias, enquanto a introdução de equipamentos portáteis de vídeo possibilitou uma cobertura mais ampla e imediata dos acontecimentos. As décadas seguintes viram a consolidação dos grandes telejornais nacionais, como o "Jornal Nacional" da Rede Globo, que se tornou uma referência em termos de abrangência e credibilidade (MELLO, 2009).

No entanto, o telejornalismo brasileiro também enfrentou e continua enfrentando desafios variados. Entre os mais significativos estão as questões sociais emergentes, que exigem uma cobertura responsável e equilibrada. A necessidade de balancear o entretenimento com a responsabilidade jornalística é um desafio constante, especialmente em um cenário onde as pressões comerciais e a busca por audiência podem influenciar a linha editorial dos noticiários (SILVA, 2018).

Além disso, a diversidade cultural e regional do Brasil impõe a necessidade de um jornalismo que seja inclusivo e representativo, abordando temas relevantes para diferentes públicos. Essa transição digital não apenas ampliou o alcance e a acessibilidade das notícias, mas também transformou os hábitos de consumo informativo. Redes sociais, sites de notícias e serviços de

streaming redefiniram como as pessoas acessam e compartilham informações. O impacto do telejornalismo vai além da mera divulgação de fatos; ele molda a opinião pública, influencia decisões e promove debates sobre questões cruciais para a sociedade brasileira (MORÁN, 2007).

Em suma, o telejornalismo no Brasil evoluiu significativamente ao longo dos anos, adaptando-se às mudanças tecnológicas e sociais enquanto mantém seu papel central na comunicação de massa. Este capítulo explora essa evolução, destacando como o telejornalismo continua a ser uma fonte vital de informação e um agente poderoso na formação da opinião pública no país. Ao analisar o passado, presente e futuro do telejornalismo brasileiro, procuramos entender melhor como ele influencia e reflete a sociedade em que está inserido, e como ele pode continuar a servir como um pilar da democracia e da cidadania informada no Brasil.

2.1 início do telejornalismo no país

O telejornalismo no Brasil teve sua origem marcada por um projeto iniciado durante o governo Dutra em 1946, quando foi concedida a primeira licença para a implementação da televisão ao grupo Diários Associados. A TV Tupi, inaugurada em 18 de setembro de 1950 em São Paulo, tornou-se o marco inicial dessa nova era da comunicação no país. Fundada por Assis Chateaubriand, a emissora rapidamente se tornou não apenas um fenômeno cultural, mas também um vetor de transformação social e política, relatado por Mello (2009) “a TV Tupi transmite o primeiro telejornal do Brasil “Imagens do Dia” que mostrava imagens brutas (sem edição) dos acontecimentos daquele dia.”

O surgimento do telejornalismo no Brasil coincidiu com o advento da televisão, e foi um marco crucial na criação de uma linguagem específica e na consolidação da democratização da informação no país. A inauguração da TV Tupi em 18 de setembro de 1950, seguida pelo primeiro telejornal brasileiro "Imagens do Dia" no dia seguinte, representou um ponto de virada na comunicação brasileira. Esse momento histórico, como destacado por Mello (2009) e Silva (2018), não apenas estabeleceu um formato inicial para a apresentação de notícias na televisão, mas também introduziu o público brasileiro a uma nova maneira de receber informações, combinando imagens ao

vivo com locução de notícias. O telejornalismo não se limitou a transmitir eventos ele moldou a forma como os brasileiros interpretam e entendem os acontecimentos que influenciam sua sociedade.

Para Silva (2018), o telejornalismo e a tecnologia evoluem de forma interligada, influenciando tanto a forma quanto o conteúdo das notícias. As mudanças técnicas, sociais, culturais, econômicas e políticas, junto às inovações tecnológicas, moldaram significativamente a maneira como o telejornalismo é produzido e consumido, tanto no Brasil quanto no restante do mundo, ao longo da história. Esse conceito inicial não apenas estabeleceu um estilo narrativo próprio para o meio televisivo, mas também pavimentou o caminho para a consolidação do telejornalismo como uma fonte essencial de informação para o público brasileiro. À medida que a televisão se firmava como a principal mídia de entretenimento e informação no país, ela não apenas democratizou o acesso à informação, mas também se tornou um poderoso instrumento de influência cultural e política.

A globalização, conforme observado por Ramonet (1999), ampliou ainda mais esse impacto, colocando a televisão não apenas como uma fonte de lazer, mas como a principal mídia de informação em muitos lares brasileiros. Este capítulo inicial da história do telejornalismo brasileiro foi crucial para definir seu papel nas décadas seguintes, moldando a maneira como os brasileiros se informam e interpretam os eventos que moldam sua sociedade. Desde a sua introdução na década de 50, a televisão brasileira tem experimentado uma influência significativa dos Estados Unidos, tanto em sua configuração comercial quanto na adoção de produções, conceitos, temas, roteiros e práticas administrativas importadas, segundo Piccinin (2008). Se a televisão ganhou destaque, foi não apenas devido à sua capacidade de entreter, mas também por se estabelecer como um meio de comunicação mais ágil em comparação aos demais. Na história do jornalismo brasileiro, é imperativo mencionar o "Telenotícias Panair", cujo surgimento ocorreu em janeiro de 1952, na emissora Tupi de São Paulo. Ao democratizar o acesso à informação, a televisão desempenhou um papel crucial na formação de uma opinião pública informada e participativa. A linguagem visual e narrativa desenvolvida pelos primeiros telejornais, inspirada pela tradição radiofônica e adaptada às novas

possibilidades da televisão, estabeleceu as bases para uma comunicação mais direta e envolvente (MELLO, 2009). Com o avanço tecnológico e a crescente penetração da televisão nos lares brasileiros, o telejornalismo não apenas se expandiu, mas também se adaptou às mudanças sociais e políticas do país. Ele se tornou não apenas uma fonte de informação, mas também um instrumento de reflexão crítica e debate público.

De acordo com Picinni (2008), a troca de experiências e a importação de formatos de programas estrangeiros contribuíram para a profissionalização do setor e para a adoção de padrões internacionais de qualidade. O pioneirismo da TV Tupi, relatado por Rico e Vanucci (2017), e de outros veículos de comunicação na década de 1950 lançou as bases para o desenvolvimento do telejornalismo no Brasil. Assim, o capítulo inicial da história do telejornalismo brasileiro foi de importância crucial não apenas para definir seu papel nas décadas seguintes, mas também para estabelecer a televisão como um elemento central na vida cultural, social e política do país

O formato inicial dos telejornais, inspirado pela tradição radiofônica, mas adaptado às capacidades visuais e sonoras da televisão, introduziu uma linguagem visual e narrativa americana, segundo Picinnin (2008), que rapidamente se tornou um padrão para a cobertura jornalística no Brasil. A combinação de imagens ao vivo com locução de notícias não apenas capturou a atenção do público, mas também proporcionou uma experiência imersiva que transformou a maneira como os brasileiros se informavam. Além de seu impacto imediato na mídia, o telejornalismo desempenhou um papel fundamental na construção de uma opinião pública informada e crítica. Ao democratizar o acesso à informação, a televisão permitiu que uma gama mais ampla de indivíduos participasse ativamente do debate público e político (SANTOS, 2014). Essa evolução levou à ampliação dos espaços de opinião, com jornalistas exercendo influência direta na formação da opinião pública, especialmente com o aumento de conteúdos opinativos no telejornalismo brasileiro.

A capacidade dos telejornais de alcançar um grande público rapidamente consolidou sua influência como uma ferramenta poderosa para moldar percepções e discutir questões de relevância nacional. Com o passar das

décadas, o telejornalismo no Brasil evoluiu significativamente, incorporando novas tecnologias, formatos e abordagens jornalísticas. A expansão das redes de televisão e o surgimento de novas emissoras ampliaram ainda mais o alcance e a diversidade das vozes representadas nos telejornais.

2.2 A evolução do telejornalismo no Brasil

Segundo (REZENDE, 1985) as emissoras brasileiras começaram a dar maior destaque aos telejornais em sua programação apenas na década de 1960. Nesse período, novos avanços tecnológicos foram incorporados pelas emissoras e o país celebrava a inauguração de sua nova capital, Brasília. Nesse contexto de mudanças, a TV Excelsior lançou o “Jornal de Vanguarda”. Os jornalistas eram os responsáveis pela produção do jornal, e na apresentação contavam com cronistas especializados em diversas editorias. Entre os nomes de destaque estavam Newton Carlos, Villas-Boas Correia, Millôr Fernandes, João Saldanha, Gilda Muller e Stanislaw Ponte Preta, este último conhecido por seus comentários satíricos sobre a realidade brasileira, entre outros.

Vindos do jornal impresso, esses profissionais trouxeram sua experiência para a televisão. Surgiam também as vozes de Luís Jatobá e Cid Moreira, que marcavam e complementavam a qualidade do telejornal. Nesse tempo, a qualidade da seleção das imagens, o texto dinâmico e o formato diferenciado em relação aos outros telejornais fizeram do ‘Jornal de Vanguarda’ um grande sucesso de audiência na década de 1960 segundo (MELLO, 2009).

Devido à limitação de equipamentos e tecnologias disponíveis na época, o telejornalismo era conduzido ao vivo, assim como toda a programação televisiva, o que representava um desafio na apresentação visual das informações. Nesse contexto, Silva (2011) ressalta a relevância do cinejornalismo nos primeiros anos do telejornalismo, visto que, durante a década de 1950, as imagens eram capturadas em filme preto e branco por cinegrafistas com experiência em produções cinematográficas de ficção e documentários.

Destaca-se, assim, a colaboração de diversos profissionais na consolidação dos primórdios da televisão e do telejornalismo. Neves (2015)

ênfatiza a natureza quase amadora dos primeiros anos dessa nova forma de jornalismo televisivo, que estava em processo de desenvolvimento na TV: o telejornalismo buscava sua identidade, recorrendo à linguagem verbal e visual de outros meios de comunicação, bem como à experiência dos profissionais provenientes do rádio". Dessa forma, o telejornalismo evoluía de maneira experimental, contando com a participação de profissionais oriundos do cinema, rádio e jornalismo impresso.

Sumala Vilela destaca que, em 17 de junho de 1950, o *Repórter Esso* fez sua estreia ao vivo nas telas brasileiras, tornando-se o programa noticioso mais icônico da primeira década da televisão nacional. Enquanto isso, a TV Paulista inovou ao trazer o *Circo do Arrelia* para seus estúdios. Já em 27 de setembro, a TV Record, canal 7, foi inaugurada em um edifício próprio, apresentando shows de artistas como Dorival Caymmi, Elizeth Cardoso e Inezita Barroso. Em 1954, o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) foi criado e realizou, no eixo Rio-São Paulo, as primeiras pesquisas de audiência de TV no período entre 18h e 23h.

Os levantamentos por Sumala Vilela demonstram haver mais de 120 mil aparelhos de TV nesse eixo pesquisado. Por 18 anos, 'O Repórter Esso' foi um marco de referência para os telejornais que surgiram em outras emissoras. Inicialmente, o telejornal seguia o formato do programa de rádio que deu origem à sua criação. Como os profissionais ainda não estavam acostumados com a televisão e os equipamentos para gravar e transmitir imagens de qualidade eram escassos, o telejornal não era atraente em seu início. Ele consistia basicamente em textos, com poucas imagens. Estas chegavam com até 12 horas de atraso e, quando complementavam a notícia, o telespectador, muitas vezes, já havia perdido o interesse pelo assunto.

(LIMA, 1985) observa que "todos os telejornais eram semelhantes: uma cortina de fundo, uma mesa e uma placa com o nome do patrocinador". A televisão exerceu um grande fascínio sobre os brasileiros. No entanto, os noticiários não se destacavam na programação das emissoras. A televisão perdia para o rádio na rapidez com que as notícias eram transmitidas. Naquela época, segundo Pedro Aguiar, os aparelhos de televisão eram raros e

considerados um luxo, e, por essa razão, as críticas aos telejornais ficavam restritas a uma pequena parcela da população. Contudo, o cenário começou a mudar quando o patrocinador do ‘Repórter Esso’ firmou uma parceria com uma agência de notícias norte-americana, a United Press International.

Com este acordo, as matérias passaram a ser mais ilustradas, deixando de ser essencialmente orais. Esta mudança aumentou o ‘poder de atração’ dos noticiários sobre o telespectador. No final da década de 1960, dois fatores marcantes redefiniram o panorama do jornalismo brasileiro: a criação do “Jornal Nacional” e o encerramento do “Repórter Esso” na grade de programação da TV Tupi, uma emissora que, naquela época, já enfrentava sérias dificuldades financeiras e estava próxima da falência. O “Repórter Esso”, que havia se tornado um ícone do jornalismo televisivo, encerrou sua trajetória em 31 de dezembro de 1970. Esse período representou um momento crucial para o telejornalismo brasileiro, que vivia um dilema existencial – ou crescia e se modernizava, ou corria o risco de desaparecer. Desde as primeiras transmissões de notícias na década de 1950, já haviam se passado 20 anos, e o cenário jornalístico havia mudado consideravelmente.

A força emergente do “Jornal Nacional” segundo (MELLO, 2009), com seu formato inovador e abrangência nacional, destacava-se em contraste com a decadência do “Repórter Esso”. A criação do “Jornal Nacional” pela Rede Globo em 1969 foi um marco histórico. Ele não só estabeleceu novos padrões de qualidade e eficiência para os telejornais, mas também trouxe uma abordagem mais dinâmica e moderna à apresentação das notícias. O programa introduziu a ideia de um jornal ao vivo e em rede nacional, algo que revolucionou a forma como os brasileiros recebiam e consumiam informações. Esse formato permitiu uma cobertura mais abrangente e imediata dos acontecimentos, algo que o “Repórter Esso”, com suas limitações tecnológicas e operacionais, não conseguia mais oferecer. Enquanto isso, a TV Tupi, pioneira na televisão brasileira, lutava para se manter relevante. A perda de audiência e a falta de recursos financeiros foram fatores determinantes para o fim do “Repórter Esso”.

Pedro Aguiar menciona que o jornal, que havia sido uma referência e símbolo de credibilidade por muitos anos, não conseguiu acompanhar as

inovações tecnológicas e as mudanças nas expectativas do público através de uma crise da UPI (United Press International). O encerramento do “Repórter Esso” simbolizava não apenas o fim de uma era, mas também a necessidade de renovação e adaptação no telejornalismo brasileiro.

O Campeonato Mundial de Futebol no México, realizado em junho de 1970, marcou um ponto crucial na história da televisão brasileira. Pela primeira vez, os telespectadores tiveram a oportunidade de assistir aos jogos ao vivo, graças a uma parceria entre diversas emissoras (Memória Globo). Além disso, a emissora realizou suas primeiras transmissões experimentais em cores durante esse período. Em meio à cobertura dos jogos, estreou a novela "Irmãos Coragem", de Janete Clair. O primeiro capítulo da novela utilizou cenas de um Maracanã lotado durante uma partida real entre Flamengo e Botafogo, o que atraiu especialmente o público masculino. O sucesso foi tão grande que a audiência da novela superou a da final da Copa, na qual a Seleção Brasileira conquistou o tricampeonato.

Segundo a Agência Brasil, a cor chegou à televisão brasileira de forma histórica. No dia 10 de fevereiro de 1972, a Festa da Uva, realizada na cidade de Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, tornou-se o primeiro evento transmitido em cores em rede nacional. Esse evento marcou a transição da televisão brasileira para a era das transmissões coloridas, um marco importante na evolução tecnológica da TV no Brasil. Esse marco significativo contou com imagens cedidas pela TV Difusora, que colaborou tecnicamente com a TV Rio. Além disso, o evento teve o apoio crucial das emissoras TVs Gaúcha, Piratini e de Caxias, que juntas possibilitaram a transmissão. A transmissão em cores trouxe uma nova dimensão visual para os telespectadores, proporcionando uma experiência mais vibrante e realista. Este avanço tecnológico não só elevou o padrão das transmissões televisivas no Brasil, mas também abriu caminho para uma nova era na produção de conteúdos audiovisuais, encantando o público e marcando o início de uma transformação na forma como os brasileiros assistiam à televisão. Isso fez com que outras emissoras corressesem atrás e uma grande disputa por telespectadores começou a surgir. A Record, por exemplo, aproveitou o momento para investir em tecnologia de transmissão e equipamentos de estúdio mais avançados. Isso incluiu a adoção de novas

câmeras e sistemas de edição, que permitiram melhor qualidade de imagem e produção de programas. Esse exemplo pode se distribuir para todas as emissoras desse período, já que a Copa de 1970 impulsionou muito o acesso a televisão no Brasil. Justamente por isso que a época é conhecida como “década do jornal da tranquilidade”. (PEREIRA, 2019)

Essa mudança estética foi acompanhada por um discurso político e social que visava promover uma imagem de estabilidade e progresso no Brasil, como exemplificado pela frase atribuída ao presidente Emílio Garrastazu Médici em março de 1973. Segundo Monteiro (2015), Médici expressou seu contentamento ao assistir ao jornal na televisão, destacando que, enquanto o mundo enfrentava greves, agitações e conflitos, o Brasil seguia em paz, em direção ao desenvolvimento. Esse tipo de discurso era comum no contexto da ditadura militar, que buscava legitimar o regime por meio da exibição de um Brasil em crescimento, contrastando com os desafios enfrentados por outras nações. Esta narrativa refletia uma estratégia de propaganda do regime militar, que buscava controlar a percepção pública e promover uma imagem positiva e tranquilizadora do país. Portanto, (OLIVEIRA, 2023) sugere que a consolidação do Padrão-Globo de Qualidade não apenas influenciou a estética visual das produções culturais brasileiras, mas também se alinhou com uma narrativa política mais ampla que visava construir uma imagem de progresso e estabilidade, contrastando com os tumultos e agitações globais da época.

Fernando Pacheco Jordão, um dos pioneiros na direção do jornalismo da TV Cultura, desempenhou um papel fundamental ao criar o telejornal "A Hora da Notícia" em 1972. Este programa não apenas se destacou como líder de audiência na emissora, mas também revolucionou a abordagem jornalística televisiva no Brasil. "A Hora da Notícia" diferenciou-se ao priorizar temas diretamente relevantes para o telespectador. Jordão enfatizou a importância de não apenas informar, mas de selecionar cuidadosamente os conteúdos, baseando-se em critérios considerados essenciais para atender às necessidades de informação do público. Em vez de simplesmente relatar uma lista extensa de eventos diários, o telejornal adotou uma abordagem mais focada e analítica. Contudo, a iniciativa de Jordão encontrou resistência política. Sua postura crítica e compromisso com uma informação de qualidade acabaram por

provocar seu afastamento do jornalismo da TV Cultura, atendendo a pedidos dos militares que então governavam o Brasil. Mesmo assim, o legado de "A Hora da Notícia" permanece como um marco na história do jornalismo televisivo brasileiro, influenciando futuras gerações de profissionais.

2.3 O Telejornalismo Digital

Na década de 90, o telejornalismo passou por transformações profundas impulsionadas pela expansão da internet, o que impactou significativamente a produção, distribuição e consumo de notícias (MORÁN, 2007). Esse período marcou a popularização rápida da internet entre o público em geral, alterando o cenário da mídia tradicional, especialmente o telejornalismo. Inicialmente, a internet proporcionou aos telejornalistas novas ferramentas para pesquisa e coleta de informações. Com acesso mais fácil a bases de dados, arquivos digitais e fontes de notícias online, os jornalistas ganharam agilidade na obtenção de dados e verificação de fatos. A capacidade de acessar informações instantaneamente também permitiu uma resposta mais rápida aos eventos em desenvolvimento, aumentando a relevância e o impacto das reportagens. A produção de notícias na internet revolucionou o jornalismo, proporcionando uma agilidade e diversificação de meios que transformaram a maneira como as informações são capturadas, editadas e distribuídas.

Essa fase inicial do telejornalismo estabeleceu as bases para uma cobertura mais visual e imediata dos eventos, mas a transição para a era digital foi um processo gradual. Nos anos 90, as emissoras começaram a adaptar suas produções, integrando aos poucos elementos digitais, como gráficos e imagens em movimento, sem que isso significasse uma mudança radical no formato do telejornal. A verdadeira imersão na linguagem multimodal e hipermediática ocorreu de maneira mais lenta, à medida que as tecnologias digitais se tornaram mais acessíveis e os telejornais foram gradualmente incorporando interatividade, como gráficos animados e, mais tarde, conteúdos integrados com a internet. Essa transição foi um processo de "transposição", no qual as narrativas e os recursos visuais foram se tornando mais sofisticados, mas sem abandonar a estrutura tradicional do telejornalismo. Com o tempo, a integração plena de áudio, vídeo e gráficos interativos passou a proporcionar uma experiência

informativa mais rica e dinâmica, embora de forma mais gradual do que muitas vezes se sugere. Por conta disso, a internet facilitou a interação direta entre jornalistas e seu público, possibilitando o feedback instantâneo e a participação ativa dos espectadores nas discussões sobre as notícias (MORAN, 1998).

Por conta disso, as redes sociais emergiram como um canal crucial para a disseminação de notícias no Brasil e globalmente. Plataformas como Facebook, Twitter e Instagram possibilitam que informações alcancem públicos vastos em questão de minutos, ampliando significativamente o alcance e a velocidade com que as histórias são compartilhadas e discutidas.

Outro aspecto significativo foi a expansão da presença digital das emissoras de televisão. Muitas redes de televisão começaram a criar portais online para complementar sua programação televisiva, oferecendo notícias ao vivo, vídeos sob demanda, artigos aprofundados e blogs de jornalistas. O jornalismo digital, ou webjornalismo compreende todas as formas de conteúdo jornalístico disseminado pela internet. Desde textos até áudios, imagens e vídeos, tudo é disponibilizado de maneira rápida e acessível a um público global. Enquanto o jornalismo tradicional se concentra na coleta de dados, investigação e análise detalhada, o jornalismo digital expande essas possibilidades (MORÁN, 2007).

Com a adaptação aos meios digitais, surgiram características distintas e marcantes como a rapidez, hipertextualidade, multimídia e a interatividade. Essas características definem o jornalismo digital contemporâneo, adaptado para um público conectado e global, onde a informação é instantânea, interativa e apresentada de maneira multimídia. Isso ampliou o alcance das emissoras, permitindo que suas reportagens e análises alcançassem públicos além das fronteiras geográficas tradicionais. Esse fenômeno não apenas democratiza o acesso à informação, mas também coloca desafios e responsabilidades adicionais aos jornalistas, que precisam lidar com a necessidade de verificação e contextualização das notícias em um ambiente digital dinâmico. Portanto, desde seus primórdios com o advento da televisão até a era digital contemporânea com a proliferação das redes sociais, o jornalismo no Brasil tem evoluído constantemente para se adaptar às novas tecnologias e demandas do

público, mantendo-se como um pilar essencial na informação e na formação da opinião pública. A internet revolucionou a maneira como consumimos notícias, possibilitando que plataformas personalizem o conteúdo com base nos interesses individuais de cada usuário.

Essa praticidade oferece uma experiência mais direcionada e relevante, aumentando a eficiência na entrega de informações de acordo com as preferências de cada pessoa. Para garantir que o jornalismo digital seja justo e equilibrado, é essencial promover a diversidade de opiniões e garantir a pluralidade na apresentação das notícias. Os veículos de comunicação têm a responsabilidade de oferecer uma cobertura abrangente e imparcial, incluindo múltiplos pontos de vista sobre questões controversas. Isso não apenas enriquece o debate público, mas também fortalece a democracia ao proporcionar aos cidadãos uma compreensão mais completa e informada dos eventos que moldam a sociedade. O R7, portal digital da Record TV, foi lançado em 2009 como parte da estratégia da emissora para expandir sua presença no ambiente online e competir no mercado de notícias digitais. Desde seu lançamento, o R7 tem sido uma plataforma importante para a Record TV, oferecendo uma ampla gama de conteúdos que incluem notícias, entretenimento, esportes, saúde, tecnologia e estilo de vida.

O portal se destaca por sua capacidade de oferecer uma experiência multimídia, com texto, vídeo, transmissões ao vivo e interação social através de comentários e compartilhamento em redes sociais. Isso permite que o R7 atinja um público diversificado e engajado, oferecendo conteúdo que se adapta às preferências e interesses variados dos usuários. Em termos de cobertura jornalística, o R7 mantém uma equipe de jornalistas que produz conteúdo regularmente, cobrindo eventos importantes no Brasil e no mundo. A plataforma é conhecida por sua abordagem rápida na divulgação de notícias, buscando manter seus usuários informados em tempo real sobre os acontecimentos mais recentes. Outras emissoras como, Globo e SBT também mantiveram o caminho que a Record. Outro ponto importante para o jornalismo na era digital é a falta de credibilidade. Segundo Rodrigo Ratier, jornalista e professor de jornalismo digital da Escola de Comunicações e Artes (ECA) da USP, a crise de credibilidade da informação na era digital põe em risco a própria existência da

profissão de jornalista (RATIER, 2019). “Ela, a crise, dialoga um pouco com a ideia de que vivemos num contexto de pós-verdade, em que as emoções importam mais do que a razão, em que os fatos enfim perdem um pouco da força que eles tinham e que o monopólio sobre o relato do real, que antes era atribuído ao jornalista, está difuso” (RATIER, 2019). Na construção da produção jornalística, o profissional enfrenta uma série de decisões que inevitavelmente influenciam a interpretação do seu público. A formação acadêmica destaca desde cedo que o jornalista não é imparcial, pois seu texto reflete sua bagagem de conhecimento e experiências pessoais. Elizabeth Saad argumenta que, embora o jornalista não possa ser imparcial devido à sua própria subjetividade, é crucial que ele busque sempre a isenção (SAAD, 2017). Segundo a professora, os trabalhos jornalísticos devem sempre contemplar três elementos fundamentais: precisão, veracidade e isenção. Em qualquer matéria que seja produzida, é essencial buscar a verdade, garantir a isenção ouvindo diversas perspectivas envolvidas no acontecimento, e assegurar a precisão por meio da verificação rigorosa dos fatos apurados. Dessa forma, a busca pela isenção não implica em eliminar a subjetividade do jornalista, mas sim em praticar um jornalismo responsável e ético, onde se privilegia a pluralidade de vozes e a acurácia das informações transmitidas ao público.

2.4 Teoria da Agenda – Setting e o jornalismo digital

A teoria do Agenda-Setting tem raízes nas teorias clássicas da comunicação, especialmente na teoria funcionalista e nos modelos de comunicação de massa. Ela se concentra na capacidade dos meios de comunicação em determinar quais assuntos são considerados importantes pela sociedade ao influenciar a agenda pública. Nos modelos clássicos de comunicação, como o modelo de Lasswell (1948, apud BAPTISTA, 2017), a ênfase está em quem diz o quê, por meio de qual canal, para quem e com que efeito. Essa estrutura analítica ajuda a entender como a mídia molda percepções e opiniões ao selecionar, interpretar e transmitir informações ao público. O modelo de Shannon-Weaver, por sua vez, destaca a transmissão linear de mensagens e a importância da clareza na comunicação. Com o advento do jornalismo digital, a teoria do Agenda-Setting continua relevante, mas adapta-se

às novas dinâmicas e tecnologias. No ambiente digital, há uma multiplicidade de fontes de informação e uma velocidade sem precedentes na disseminação de notícias.

Isso amplia o debate público, permitindo que uma variedade maior de vozes e perspectivas participe na definição da agenda. No entanto, o jornalismo digital também enfrenta desafios únicos, como a disseminação de desinformação e a fragmentação do público. A capacidade dos meios digitais de segmentar audiências e personalizar conteúdos pode influenciar quais temas são percebidos como importantes para diferentes grupos sociais. Além disso, a interatividade proporcionada pelas plataformas digitais permite um engajamento mais direto entre os jornalistas, os meios de comunicação e o público. Isso não apenas facilita a coleta de feedback e a participação do público, mas também coloca em questão a autoridade tradicional dos jornalistas na definição da agenda. Portanto, ao relacionar a teoria do Agenda-Setting com as teorias clássicas da comunicação e o jornalismo digital, é possível observar como os princípios fundamentais de seleção e interpretação de informações continuam a ser centrais na prática jornalística contemporânea, mesmo diante das transformações tecnológicas e sociais. A capacidade de influenciar a agenda pública permanece uma responsabilidade significativa dos meios de comunicação, agora ampliada pelo ambiente digital.

3. ESTRUTURA DO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

As editorias desempenham um papel crucial na estrutura dos telejornais no Brasil, assegurando que o conteúdo apresentado ao público seja organizado, claro e abrangente. Em termos simples, cada editoria é responsável por uma área específica de cobertura dentro do telejornal, permitindo uma abordagem mais detalhada e especializada dos temas abordados.

No telejornal, a divisão em editorias facilita a apresentação das notícias de maneira estruturada. As principais editorias incluem Política, Economia, Cultura, Esportes e Internacional. Cada uma dessas áreas tem um foco definido e é coordenada por um editor, que supervisiona a produção das reportagens e garante que as informações sejam precisas e relevantes. Cada editoria tem sua própria equipe de jornalistas e produtores, o que permite uma gestão eficiente e direta. Essa divisão de responsabilidades não só melhora a qualidade das reportagens, mas também garante que o telejornal cubra uma ampla gama de tópicos com profundidade e precisão.

Em resumo, as editorias são fundamentais para a operação dos telejornais, permitindo uma cobertura abrangente e especializada das notícias. Elas ajudam a organizar o conteúdo, a manter a qualidade das reportagens e a fornecer ao público uma visão completa dos eventos que moldam o mundo.

3.1 A importância da política no Telejornalismo Brasileiro

Nos estudos de telejornalismo e de outras formas de cobertura noticiosa, a análise da linha editorial dos veículos de comunicação é um ponto central, especialmente quando o foco é a política. A linha editorial, em grande medida, reflete as inclinações político-partidárias dos meios de comunicação e os interesses que orbitam ao redor das redações. Segundo Hallin e Mancini (2004), na obra "Modelos de Jornalismo e Política", a imprensa pode se alinhar a diferentes sistemas políticos e sociais, muitas vezes refletindo a polarização ou o apoio a determinados atores políticos. Esses estudos são essenciais para identificar como narrativas editoriais podem moldar a opinião pública e influenciar decisões eleitorais.

Além das discussões sobre imparcialidade e tendências político-partidárias, surge a necessidade de analisar a forma como o público interage com essas narrativas editoriais. Diversos estudos, como o de Wolf (1999), destacam que o telejornalismo não apenas informa, mas também desempenha um papel social de construção de significados, ao moldar a percepção pública sobre temas centrais da política e da vida social. O consumo de notícias é uma prática ativa; os públicos não recebem passivamente as informações, mas reinterpretam-nas à luz de suas experiências pessoais e posicionamentos políticos. Dessa forma, o telejornalismo exerce uma função educativa e formativa, ao mesmo tempo em que entretém e estimula debates públicos.

O conceito de função social do telejornalismo pode ser abordado a partir da teoria das representações sociais de Moscovici (2009). Segundo o autor, o telejornalismo não apenas relata os fatos, mas contribui para a construção da realidade social. Ao cobrir eventos políticos, os jornalistas participam da formação de consensos e conflitos sociais. Essa função se torna especialmente importante em tempos de polarização política, quando a objetividade e a transparência das coberturas são questionadas por diferentes lados do espectro ideológico.

Quando vemos a cobertura política no Brasil, é evidente que o telejornalismo muitas vezes tenta se posicionar como um mediador entre as diferentes forças sociais e políticas. No entanto, essa mediação não é isenta de desafios. A partir das observações de Traquina (2005), que aponta a crescente mercantilização da informação, é possível perceber como a lógica do mercado afeta diretamente a produção jornalística. O telejornalismo, sobretudo em emissoras comerciais, precisa equilibrar a missão de informar o público com a necessidade de atender às demandas comerciais e de audiência, o que pode gerar tensões entre a responsabilidade social do jornalismo e os interesses econômicos.

Dentro desse contexto, a cobertura política, especialmente em períodos eleitorais, torna-se um campo fértil para a análise. É nesse momento que a linha editorial das emissoras e a atuação dos jornalistas ficam mais visíveis, sendo o foco de pesquisas acadêmicas que tentam desvendar os padrões narrativos e

discursivos adotados pelos veículos. A forma como os jornalistas escolhem quais candidatos terão mais visibilidade, a ênfase em certos escândalos políticos e a omissão de outros, revelam as inclinações de cada meio de comunicação. Tais escolhas influenciam o cenário eleitoral e moldam a opinião pública, conforme discutido por Lippmann (1995) em seu clássico "Opinião Pública", que explora como as mídias constroem estereótipos e percepções políticas entre os cidadãos.

Portanto, o telejornalismo contemporâneo no Brasil desempenha um papel complexo e multifacetado. Ele não apenas informa, mas também constrói narrativas que ajudam a moldar o imaginário social sobre política. Para além das linhas editoriais, as práticas dos jornalistas e suas escolhas diárias oferecem um olhar mais profundo sobre o papel que o telejornalismo tenta desempenhar. No Brasil, essas práticas são moldadas por fatores diversos, como a pressão econômica, as demandas por audiência e o contexto social e político. Em última instância, o telejornalismo não só tenta refletir a realidade, mas também contribuir ativamente para sua construção e interpretação pelos públicos.

3.2 Critérios editoriais no Telejornalismo Brasileiro

A televisão tem sido, historicamente, a principal fonte de informação para o grande público no Brasil. Segundo Cádima (1995), a TV cumpre esse papel de maneira quase predominante, principalmente em um país onde a leitura é um fator que amplifica as desigualdades sociais. Essa dependência da televisão se deve, em grande parte, ao baixo índice de leitura e à distribuição desigual de recursos educacionais, que resultam em uma população que, muitas vezes, encontra na TV o único meio acessível para obter informações. Dessa forma, entender como são estabelecidos os critérios editoriais e como se dá a organização dos conteúdos noticiosos na televisão é crucial para compreender o telejornalismo brasileiro. José Manuel Morán, em suas análises, destaca que “a informação na televisão é um produto, vista do lado da indústria cultural, e é um bem social, vista do lado da população” (apud COUTINHO, 2003,). Isso evidencia a dualidade do telejornalismo: ao mesmo tempo em que ele serve a interesses comerciais e corporativos, ele também desempenha uma função social de extrema importância.

Os fatores que influenciam a seleção das notícias são diversos e, como aponta Morán, eles não são puramente objetivos. A escolha do que será veiculado em um telejornal passa por uma série de filtros que levam em consideração tanto o interesse do público quanto a capacidade da notícia de gerar impacto. Entre os critérios que Morán identifica como fundamentais para a seleção e organização das informações na TV estão o interesse e a anormalidade, a imprevisibilidade e a atualidade, a proximidade física ou afetiva, o poder multiplicador e os critérios retóricos. Cada um desses fatores exerce uma influência direta sobre o processo de construção das pautas e predileções editoriais nos telejornais, tanto no Brasil quanto no mundo.

O critério de interesse e anormalidade refere-se à capacidade de uma notícia atrair a atenção do público por seu caráter inusitado ou fora do comum. Eventos que fogem à rotina têm mais chances de serem destacados em um noticiário televisivo, porque possuem um apelo maior ao telespectador. Já o critério de imprevisibilidade e atualidade valoriza notícias que são inesperadas e que ocorrem de forma repentina, bem como aquelas que refletem os acontecimentos mais recentes. A TV, por ser um meio que se alimenta da instantaneidade, privilegia fatos que têm valor imediato. A proximidade física ou afetiva também é um aspecto determinante na seleção de notícias, visto que o público tende a se interessar mais por eventos que ocorram em sua região ou que tenham um impacto direto em suas vidas. Por fim, o poder multiplicador e os critérios retóricos dizem respeito à capacidade que uma notícia tem de gerar desdobramentos e à maneira como ela é narrada, utilizando recursos discursivos para tornar a informação mais palatável e acessível.

Esses critérios não são neutros e refletem escolhas editoriais que, em última instância, moldam a percepção da realidade por parte da população. Ao definir o que é ou não notícia, os telejornais acabam por direcionar o foco do debate público, influenciando e até manipulando a opinião popular. É nesse contexto que o papel da linha editorial se torna crucial.

O cenário se torna ainda mais complexo quando levamos em consideração a incapacidade de boa parte da sociedade brasileira de distinguir entre informação e entretenimento. No Brasil, essa linha tênue entre o que é

informação e o que é entretenimento muitas vezes se mistura, de modo que o público não consegue discernir adequadamente entre o jornalismo factual e as narrativas sensacionalistas que visam mais a audiência do que a informação de qualidade. Essa confusão é alimentada pelo próprio formato televisivo, que por vezes utiliza elementos do entretenimento para aumentar o apelo de suas notícias, como a dramatização excessiva de acontecimentos, o uso de trilhas sonoras emotivas e a ênfase em tragédias e crimes, que ocupam boa parte dos telejornais brasileiros.

Diante desse cenário, os telejornais se veem pressionados a buscar alternativas para se manterem competitivos em relação ao vasto conteúdo disponível online. O problema é que, para concorrer com essa diversidade de fontes e formatos, muitos telejornais acabam adotando estratégias mais voltadas para o entretenimento do que para a informação de qualidade, o que pode prejudicar ainda mais a capacidade da população de discernir o que é factual do que é especulativo ou sensacionalista. Isso acaba por reforçar a tendência de se produzir conteúdo com forte apelo emocional e retórico, em vez de reportagens aprofundadas e contextualizadas.

Além dos desafios impostos pela era digital, Morán (2007) já destacava que o maior problema do Brasil não é a falta de acesso à tecnologia, mas sim a desigualdade estrutural. Segundo ele, a interatividade, que é uma característica essencial da nova era da comunicação digital, está diretamente ligada ao poder de compra, à qualidade da educação e à cultura empreendedora. Em um país onde essas desigualdades são gritantes, a grande maioria da população ainda depende de um modelo passivo de consumo de informação, no qual a televisão entrega tudo pronto e, aparentemente, de graça. Esse modelo de comunicação, que já era predominante antes da revolução digital, fez muito sucesso, e ainda hoje cumpre um papel crucial na forma como os brasileiros se informam e participam do debate público.

Contudo, esse modelo passivo, como Morán (2007) já havia previsto, carrega em si o potencial de criar problemas graves na era digital. O modelo televisivo, ao não estimular a interatividade e o pensamento crítico, reforça um consumo acrítico de informações, o que facilita a manipulação e a disseminação

de fake news. O caos informativo em que vivemos hoje, com a proliferação desenfreada de conteúdos de baixa qualidade ou mesmo falsos, é, em grande parte, um reflexo dessa desigualdade estrutural que impede a maioria dos brasileiros de desenvolver uma leitura crítica das informações que consomem.

Em suma, o telejornalismo no Brasil, e especificamente o modo como as informações são selecionadas e organizadas, está profundamente ligado a questões sociais, culturais e econômicas. Os critérios de noticiabilidade, como apontado por Morán, são fundamentais para entender como a televisão constrói suas narrativas e como essas narrativas influenciam a opinião pública. No entanto, com o avanço da era digital, a capacidade da televisão de manter sua posição como principal fonte de informação está sendo desafiada por um cenário em que o fluxo de informações é caótico e, muitas vezes, não confiável. Para sobreviver nesse novo contexto, os telejornais precisarão não apenas inovar, mas também se comprometer com a qualidade e a integridade das informações que transmitem.

3.3 A Linha Editorial da Record: Sensacionalismo e Influência Política

A linha editorial da Record, de maneira geral, enfatiza temas como segurança pública, crimes de grande repercussão, escândalos políticos e histórias de superação. Segundo Borges (2016), há uma ênfase clara na cobertura de casos policiais, o que rendeu à emissora um crescimento de audiência nos telejornais populares, como o Cidade Alerta. Esse foco reflete uma das características de noticiabilidade mais comuns na Record: o apelo emocional, que busca gerar identificação e empatia no público. O sensacionalismo em determinadas coberturas, muitas vezes criticado por outros veículos e pesquisadores, como Soares (2012), é visto pela emissora como uma estratégia legítima para se aproximar das classes populares, um público-chave para a Record.

O noticiário policial é um dos pilares do telejornalismo da Record. Segundo Souza (2019), a Record se destaca por cobrir, com frequência, crimes violentos e operações policiais, o que garante à emissora uma audiência cativa. Essa cobertura contínua de temas relacionados à criminalidade urbana reflete o critério de "proeminência" e "urgência", conforme descrito por Wolf (1999), onde

eventos de grande impacto imediato, como crimes chocantes, atraem maior atenção da audiência.

Outro fator determinante na escolha das pautas e critérios de noticiabilidade da Record é o imperativo de audiência. Lopes (2011) observa que, desde o início dos anos 2000, a emissora busca competir diretamente com a TV Globo no campo do telejornalismo, adaptando sua programação para atrair audiências em horários estratégicos. Como aponta Traquina (2005), a mercantilização da notícia, ou seja, a transformação da informação em produto comercial, faz com que critérios de noticiabilidade sejam fortemente influenciados pelas expectativas e gostos do público. No caso da Record, essa mercantilização é visível na escolha por notícias sensacionalistas e dramáticas, que garantem maior engajamento e fidelização do público.

Nos últimos anos, especialmente durante os períodos eleitorais, a Record destaca-se por adotar uma linha editorial que favorece certas figuras políticas e movimentos, especialmente aqueles alinhados com as pautas conservadoras. Em momentos de maior polarização política, a emissora foi acusada de favorecer o governo de Jair Bolsonaro durante seu mandato (2019-2022), sendo criticada por organizações como a Repórteres Sem Fronteiras. Esse alinhamento ideológico também é visível na escolha de pautas que exploram a dicotomia entre "bem" e "mal", reforçando a narrativa política de figuras públicas apoiadas pela emissora.

Segundo Falcão (2020) a Record é uma estação neopentecostal, ou seja, é de certa franca sabedoria que a emissora pretende sempre ressaltar assuntos deste interesse. Uma clara evidência é a reportagem especial da posse do ex-presidente Jair Bolsonaro, em uma levada descontraída e com 27 minutos de duração, a emissora utiliza palavras populares como “o capitão” para destacar a soberania de Bolsonaro.

Além do uso de gráficos e cores em verde e amarelo, a emissora fez questão de destacar repetidamente o número de pessoas presentes no evento, dando grande ênfase à quantidade de apoiadores. Em diversos momentos, o tom adotado pela reportagem parece buscar reforçar a grandiosidade do evento e a importância de sua cobertura. Um exemplo notável é a maneira como o

repórter exagera na entonação ao afirmar: “Comandante, assim como do Brasil e chefe das tropas armadas” (FALCÃO, 2020), o que indica um esforço consciente em destacar e engrandecer a figura retratada, sugerindo uma tentativa de elevar a importância do momento narrado.

É possível perceber que os repórteres recorrem a expressões populares e entonações teatrais para enaltecer os fatos presentes, o que demonstra um alinhamento com a linha editorial que busca ressaltar o caráter simbólico dos eventos. Ao longo da cobertura, a reportagem também explora temas sensíveis, como a falta de verba, o atentado sofrido pelo ex-presidente e seu envolvimento religioso, criando uma narrativa que posiciona esses elementos como centrais na construção de sua figura pública. Conforme Falcão (2020) ressalta, o uso de tais recursos contribui para a criação de uma imagem que exalta determinados aspectos do ex-presidente, alinhando-se com uma estratégia de comunicação que busca reforçar seu apoio popular.

Os critérios de noticiabilidade da Record TV incluem, principalmente, proximidade, interesse humano e impacto emocional, fatores que são essenciais para atrair e manter a atenção dos espectadores. Em especial, os programas jornalísticos da emissora, como o *Cidade Alerta* e o *Balanço Geral*, são conhecidos por explorar um estilo que mistura jornalismo e entretenimento, caracterizado pela cobertura sensacionalista de casos criminais. Isso é evidenciado pelo uso constante de imagens fortes e pelo tom dramático com o qual as notícias são apresentadas, algo que, segundo Amaral e Sampaio (2017), reforça a estratégia da emissora de gerar engajamento emocional por meio do medo e da indignação.

Entretanto, um dos pontos de maior crítica à linha editorial da Record TV é a suposta influência política e religiosa nas pautas dos seus programas jornalísticos. A emissora é parte do Grupo Record, que também controla a Igreja Universal do Reino de Deus, liderada por Edir Macedo, e essa conexão frequentemente suscita questionamentos sobre a independência editorial da emissora. De acordo com Porto (2012), essa relação cria um campo de tensão onde as decisões editoriais podem ser moldadas tanto por interesses comerciais

quanto religiosos, especialmente em temas que envolvem questões morais e políticas.

Apesar dessas críticas, a Record TV mantém uma audiência fiel, especialmente entre os segmentos populares. Isso se deve, em parte, à eficácia de suas estratégias editoriais, que conseguem conectar o conteúdo noticioso ao cotidiano de seu público-alvo, como menciona Lopes (2020). O uso de figuras carismáticas, como apresentadores que assumem papéis de opinião, contribui para o caráter pessoalizado do telejornalismo da emissora, algo que reforça a identificação com os telespectadores. Além disso, a Record TV busca atender a uma demanda por conteúdo mais voltado à fé e à espiritualidade, o que, segundo Dias (2019), diferencia a emissora de seus concorrentes e garante sua penetração em nichos específicos da audiência.

Em síntese, o telejornalismo da Record TV combina estratégias que apelam ao emocional, à proximidade e ao sensacionalismo, tudo isso enquanto atende a demandas por audiência e, segundo alguns críticos, responde a influências políticas e religiosas. Mesmo em meio a críticas, a emissora tem sucesso em manter a lealdade de seu público, demonstrando a eficácia de sua abordagem na construção de uma narrativa jornalística com forte impacto popular.

4. COMPARATIVO ENTRE O TELEJORNALISMO E O SITE DA RECORD

Neste capítulo são analisadas as estratégias editoriais da Record ao dividir seu conteúdo entre a televisão e o site de notícias da emissora. A análise foi focada nos telejornais nacionais, *Fala Brasil*, *Cidade Alerta* e *Jornal da Record*, observando como cada programa é construído e quais temas são abordados para o público da TV. Em seguida, esse estudo explorou as adaptações que ocorrem quando essas mesmas notícias são publicadas no site da Record, observando o que é alterado, de que forma, discutindo por quais razões. O primeiro subitem do capítulo detalha com mais detalhes o percurso da análise, enquanto os outros três correspondem a discussão relacionada a cada telejornal e a adaptação ou não de seu conteúdo ao site.

4.1. Percurso metodológico

A pesquisa foi realizada com o objetivo de discutir a hipótese de que a Record adota editorias distintas para captar e atender às demandas de públicos específicos. Essa suposição se apoia na perspectiva trazida por Gislene Silva (2015), que discute como o jornalismo contemporâneo adapta suas narrativas e estratégias editoriais para diferentes plataformas, visando maximizar o alcance e o engajamento com públicos que possuem hábitos e expectativas de consumo variados. No contexto atual, onde a diversidade de canais de comunicação é uma realidade, é essencial entender como as emissoras de televisão, como a Record, ajustam seu conteúdo para atender às necessidades e preferências de diferentes audiências.

Com base nisso, este capítulo busca identificar como a Record entende seu conteúdo de maneira diferenciada para o ambiente televisivo e digital. Foram examinadas as abordagens editoriais para identificar variações de tom, formato e profundidade, ou seja, adequações ao perfil de cada audiência. Para tanto, foi realizada uma coleta de dados que permitiu observar as diferenças entre o que é apresentado na televisão e no site da emissora, incluindo o conteúdo que era ou não selecionado dos programas telejornalísticos para estarem no site.

Ao longo de dois dias, foram coletados os dados relativos às transmissões televisivas da Record, focando os únicos três programas telejornalísticos nacionais: Fala Brasil Cidade Alerta, e Jornal da Record. Durante essas transmissões, foram registrados os temas abordados, além da linguagem visual e textual utilizada em cada programa. Esse entendimento dos dados envolveu a observação da forma como os jornalistas apresentavam as matérias, as técnicas de narração empregadas e a maneira como as imagens de cobertura eram utilizadas para chamar a atenção do espectador. Esse processo de análise permitiu identificar a ênfase dada a certos temas, como a violência urbana, os crimes, e a cobertura de eventos políticos e sociais relevantes, sempre buscando mexer com o impacto emocional que essas reportagens poderiam gerar na audiência.

Após a transmissão dos telejornais, esperou-se um período de duas horas para realizar uma análise do conteúdo publicado no site da Record. Esse intervalo foi crucial para observar quais matérias exibidas na televisão eram adaptadas ou complementadas na plataforma digital. O objetivo era identificar quais conteúdos correspondiam aos telejornais, quais destes apresentavam tratamentos diferentes e quais matérias eram exclusivas do site. A análise focou em detectar mudanças na abordagem e nos objetivos editoriais, registrando, por exemplo, se um tema abordado de forma breve na TV era desenvolvido com mais detalhes no site ou se o tom da narrativa mudava para se adequar ao estilo digital.

4.2. Fala Brasil

Nos dois dias analisados, o *Fala Brasil* contou com um total de 48 matérias. Destas, 6 foram disponibilizadas tanto no programa quanto no site, enquanto 5 eram exclusivas do programa. Além disso, uma das matérias sofreu modificação ao ser publicada online.

No primeiro dia, apenas uma reportagem apresentou diferenças entre as plataformas: uma matéria sobre o ator Mário Gomes. Na TV, ela reforçava a ideia de que o artista desfrutava de uma vida de ostentação ao lado de seu filho, destacando detalhes como a posse de um carro de luxo e exibindo imagens que mostravam o cordão de ouro que o filho utilizava. A narrativa enfatizava que,

apesar de seu status, Mário Gomes enfrentava problemas financeiros, alegando que ele não pagava o Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e estava em processo de despejo de sua mansão devido a essas pendências.

Já no site da Record, a reportagem sobre o ator foi um pouco reformulada para apresentar um tom significativamente mais leve e humano em comparação à cobertura sensacionalista da televisão. A manchete, que dizia "A minha vida inteira eu lutei por essa casa" Mário Gomes abre o jogo após ser despejado", refletia uma abordagem mais focada nos sentimentos e na perspectiva do artista em relação à sua situação. Essa mudança de linguagem e ênfase permitiu que a narrativa se afastasse da dramatização exagerada e da ostentação que dominavam a versão televisiva.

O Fala Brasil se propôs a abordar, no primeiro dia, os prefeitos eleitos nas eleições municipais, dedicando uma parte significativa de sua programação para contar brevemente as histórias dos candidatos que foram eleitos no segundo turno. Essa maneira, no entanto, foi intercalada com reportagens que destacavam a violência urbana, incluindo temas como assaltos, assassinatos e tráfico de drogas.

Foi observada uma cobertura que privilegiou o uso de termos fortes e imagens comemorativas, como na notícia sobre a vitória política de Ricardo Nunes sobre Guilherme Boulos, usando expressões como 'Nunes esmagou Guilherme Boulos'. Esse tipo de linguagem, segundo Traquina (2001), caracteriza o sensacionalismo, que se vale de termos exagerados e provocativos para atrair a atenção do público e intensificar a resposta emocional, muitas vezes em detrimento de uma abordagem objetiva e informativa. No site, a cobertura sobre a vitória política de Ricardo Nunes foi tratada de uma maneira mais contida, evitando termos exaltados ou comemorativos. As informações foram apresentadas de maneira objetiva, com uma análise breve e direta sobre o resultado eleitoral, sem recorrer a expressões sensacionalistas. Esse contraste evidencia a diferença de abordagem entre o ambiente digital e a televisão, onde, segundo Traquina (2001), o uso de termos fortes e provocativos no telejornalismo visa atrair a atenção e intensificar a resposta emocional do

público, muitas vezes em detrimento de uma análise mais neutra e informativa que é buscada no formato online.

Além disso, a entrada de um bloco regional para o Rio de Janeiro incluiu uma reportagem sobre o assassinato de dois idosos, destacando o valor do impacto local e o apelo ao sensacionalismo, um recurso típico do telejornalismo, que se apoia na "cultura da imagem", conforme discute Gislene Silva (2001). No site, o caso do assassinato dos idosos foi mencionado apenas em um hiperlink, apresentando informações diretas e objetivas, uma vez que as investigações ainda estavam em andamento e não havia conclusão oficial das autoridades. Em contraste, a cobertura televisiva abordou o caso de forma mais especulativa, sugerindo possíveis soluções e levantando hipóteses sobre a identidade dos assassinos, destacando um tom sensacionalista, segundo Gisele Silva (2001).

O segundo dia de análise do *Fala Brasil* apresentou diferenças notáveis em comparação ao primeiro. No primeiro dia, foram exibidas 26 matérias, enquanto no segundo, esse número caiu para 22, uma variação que pode ser atribuída ao contexto eleitoral, que exigiu maior foco na cobertura política. No segundo dia, também houve uma diferença em relação ao conteúdo exclusivo do site, que publicou 4 matérias que não foram ao ar na televisão.

Em termos de temática, a televisão manteve o foco majoritário em reportagens sobre assaltos, violência urbana e crimes envolvendo a Polícia Federal. Uma exceção foi uma reportagem de cunho religioso, abordando o Templo de Salomão, ligado ao bispo da Igreja Universal. Esse tema foi o único a escapar do eixo policial e de violência.

O programa apresentou reportagens breves sobre acidentes e assaltos que não foram publicadas no site. Entre essas reportagens estavam casos como um carro que invadiu um escritório na Tailândia, um assalto a uma loja de celulares na Grande São Paulo e uma ação da chamada 'quadrilha da IA' que realizava *deep fakes* para comprar acessórios pela internet. Esses episódios, embora destacados na televisão, não foram disponibilizados no site.

Nos dois dias analisados do *Fala Brasil*, a percepção foi uma diferença entre a TV e o site, com o programa televisivo frequentemente adotando um tom sensacionalista, enquanto o site trazia um tratamento mais moderado e

humanizado. Na televisão, a cobertura priorizou temas de violência urbana e adotou expressões exaltadas para destacar conflitos políticos e criminais. Em contraste, o site optou por uma narrativa menos dramática, buscando atrair um público que prefere uma abordagem informativa e menos sensacionalista.

4.3. Cidade Alerta

Nos dois dias analisados, o programa *Cidade Alerta* exibiu um total de 15 matérias. Dessas, apenas 4 foram disponibilizadas tanto na televisão quanto no site da Record. Outras 16 matérias permaneceram exclusivas do site, das quais 11 foram publicadas exclusivamente no primeiro dia. As que foram disponibilizadas tanto no site quanto na TV consistiam principalmente em atualizações dos casos exibidos, oferecendo desdobramentos, conclusões de investigações, desfechos de assaltos e perseguições. Essa abordagem permitiu ao público online acompanhar o andamento e as conclusões dos casos apresentados, proporcionando uma experiência mais completa para quem busca continuar acompanhando os temas após a transmissão televisiva nacional.

Segundo Gislene Silva (2001), esse tipo de cobertura no *Cidade Alerta* exemplifica o uso da 'cultura da imagem' no telejornalismo, onde o impacto visual e emocional das notícias é intensificado para atrair e engajar a audiência. No site, ao oferecer desdobramentos e conteúdos adicionais, a Record explora a possibilidade de complementar essa experiência com informações contínuas, mantendo o público imerso nos casos e ampliando a percepção de urgência e proximidade com os eventos narrados."

Por outro lado, o *Cidade Alerta* frequentemente recorreu a termos pejorativos nas reportagens como "a bandidagem está à solta" e "tráfico de drogas tomam conta da população" além de utilizarem imagens impactantes, a exemplo de ladrões com facas e armas ameaçando civis, homem matando funkeiro com uma arma por ciúme, policiais apontando para os seus fuzis, tudo isso com o objetivo de captar a atenção imediata do espectador, enfatizando a violência e a tragédia de maneira exagerada. Esse tipo de abordagem é uma representação clara do que Traquina (2008) define como "dramatização" nas narrativas jornalísticas. Segundo o autor, essa prática busca transformar notícias em histórias de alto impacto emocional, priorizando o peso sobre o espectador.

Ao enfatizar o sensacionalismo, o programa utilizou recorrentemente uma linguagem visual e verbal que reforça uma visão de mundo polarizada, apelando para o medo.

No primeiro dia de pesquisa, observou-se que o site da Record adota uma estratégia mais impositiva de imparcialidade e aborda temas de maneira neutra, especialmente em relação a celebridades. Enquanto no *Cidade Alerta* frequentemente recorre a um tom sensacionalista, o site parece focado em uma narrativa mais “equilibrada”. Acredita-se que essa tentativa de neutralidade no ambiente online sugere uma intenção de atender a um público que prefere conteúdos menos apelativos e mais moderados, contrastando com a urgência e a dramaticidade características do formato televisivo.

O segundo dia de análise focada no *Cidade Alerta* revelou um panorama surpreendente em comparação ao primeiro. Enquanto no primeiro dia o programa se concentrou em apenas 4 matérias que abordavam perseguições e assaltos, o segundo dia trouxe um total de 11 reportagens dedicadas a temas relacionados a crimes e violência, com foco exclusivo na Grande São Paulo. Essa mudança na quantidade e na abordagem das matérias ressalta a natureza sensacionalista do programa, que prioriza a cobertura de eventos dramáticos e impactantes, mesmo sendo uma produção de alcance nacional.

A ênfase na violência urbana, restrita a uma única região, levanta questões sobre a responsabilidade da mídia em representar a realidade de forma equilibrada.

Todas as 11 matérias veiculadas foram dedicadas a reportagens sobre violência, crime e assaltos, com um foco particular em regiões mais isoladas do centro de São Paulo. Entretanto, em um contraste notável, duas horas após a exibição do programa, o site da Record oferecia uma cobertura diversificada que se afastava do enfoque em crime e violência. As matérias online abordavam temas como a futura reunião do G20 no Brasil e questões climáticas, refletindo uma preocupação com o campo político federal e os desafios globais atuais.

Essa disparidade entre o conteúdo do telejornal e o que é publicado no site ilustra uma estratégia editorial que parece adaptar-se às diferentes audiências e contextos. Enquanto o *Cidade Alerta* prioriza a dramatização e a

imediate atenção do público por meio de relatos de violência, o site busca oferecer um panorama mais amplo e informativo sobre assuntos relevantes que afetam a sociedade em um nível mais global. Essa dualidade na abordagem evidencia a necessidade de uma cobertura equilibrada, que não se limite ao sensacionalismo, mas que também aborde questões significativas e complexas da atualidade. Segundo Traquina (2001), a mídia desempenha um papel crucial na formação da percepção pública, e é essencial que os veículos de comunicação adotem uma abordagem responsável que não apenas atraia a audiência, mas que também contribua para o entendimento das dinâmicas sociais e políticas contemporâneas.

As matérias comuns, focadas em atualizações de casos, permitiram um acompanhamento mais completo no ambiente online. O programa televisivo frequentemente usou termos pejorativos e imagens impactantes para relatar crimes e violência, exemplificando a “dramatização” descrita por Traquina (2008). No primeiro dia, o site mostrou uma abordagem mais neutra e informativa, especialmente em temas de celebridades, em referência com o sensacionalismo televisivo. Já no segundo dia, o *Cidade Alerta* aumentou a quantidade de matérias sobre crimes em São Paulo, enquanto o site diversificou os temas como, eventos políticos e globais mostrando assim uma diferença na abordagem para o público televisivo e digital.

4.4. Jornal da Record

Nos dois dias de pesquisa, o *Jornal da Record* acumulou um total de 38 matérias, das quais 10 foram exibidas tanto na televisão quanto no site. Enquanto isso, 8 matérias no horário pesquisado foram exclusivas do ambiente online. No primeiro dia, marcado pelo período eleitoral, apenas uma matéria foi publicada no site. Ainda assim, o site destacava os vencedores de cada Estado por meio de hiperlinks. Essa multimodalidade oferece uma experiência mais rica e flexível para o usuário, permitindo uma navegação mais aprofundada e personalizada, além de dar a oportunidade de explorar as notícias de maneira mais crítica e detalhada. A hipermídia no digital também possibilita uma maior neutralidade e imparcialidade, já que o usuário pode explorar diferentes fontes e informações complementares através dos hiperlinks e de uma apresentação

mais neutra das informações (LIMA, 2017). No segundo dia, o equilíbrio e a neutralidade na abordagem editorial se mostraram mais pronunciados, evidenciando uma tentativa de apresentação mais imparcial das informações.

Em comparação com outros programas da emissora, o *Jornal da Record* adota uma narrativa mais equilibrada, funcionando como um meio-termo entre o conteúdo opinativo e o sensacionalismo presentes no *Cidade Alerta*. Segundo Traquina (2008), essa escolha representa uma tentativa de adotar um estilo mais informativo, apesar da pressão para atrair audiência.

Apesar da tentativa de manter um tom mais neutro e imparcial, o *Jornal da Record* no primeiro dia de pesquisa apresentou um desequilíbrio maior devido à cobertura das eleições, o que restringiu a publicação no site a apenas uma matéria compartilhada entre as duas plataformas. No entanto, o site da Record ainda se diferenciou ao publicar conteúdos sobre celebridades e figuras públicas, integrando hiperlinks e informações sobre o eleitorado para atender à demanda do período eleitoral.

Nesse caso, a narrativa televisiva do *Jornal da Record* alinhou-se a uma defesa de Israel, utilizando o termo "terrorismo" para descrever as ações palestinas, o que reflete uma perspectiva polarizada e politizada sobre o conflito. Ao falar esse termo, a emissora intensifica uma visão única dos eventos, favorecendo um discurso alinhado com interesses e interpretações ocidentais. Assim, mesmo com a tentativa de manter uma postura informativa, o jornal ainda transmite posicionamentos que reforçam a perspectiva de uma parte envolvida no conflito.

No mesmo dia, foi observada uma diferença na abordagem editorial sobre o conflito Israel-Palestina: enquanto a televisão adotou uma narrativa polarizada, caracterizando as ações palestinas como "terrorismo", o site optou por uma manchete mais moderada, abordando discussões sobre um possível cessar-fogo. Essa distinção evidencia o que Traquina (2008) descreve como a influência do formato e da plataforma na construção da narrativa jornalística, onde a televisão enfatiza um impacto emocional imediato, enquanto o ambiente online permite uma abordagem mais informativa e menos sensacionalista. No caso da televisão, essa ênfase no impacto emocional está diretamente ligada ao

modelo industrial de produção e aos interesses econômicos dos anunciantes. A dramatização das notícias e a escolha de conteúdos com maior apelo emocional buscam não apenas atrair a atenção imediata do espectador, mas também manter altos níveis de audiência, o que, por sua vez, sustenta a valorização dos espaços publicitários. Já no ambiente online, a adaptação para um tom mais informativo reflete uma estratégia para alcançar um público que busca credibilidade e aprofundamento, ampliando o alcance da emissora em diferentes segmentos. Essa diferenciação na apresentação do conteúdo entre as plataformas revela a intenção da Record de atender às expectativas de sua audiência e aos interesses comerciais de cada meio.

O segundo dia de pesquisa com enfoque no Jornal da Record e sua influência para o site da Record apresentou um panorama revelador sobre a maneira como a emissora trata as informações. Ao todo, foram contabilizadas 21 matérias, das quais 9 foram veiculadas tanto na televisão quanto no site. Enquanto isso, 7 matérias permaneceram exclusivas para o ambiente digital. Essa divisão no conteúdo sugere uma estratégia editorial que busca atender a diferentes interesses e necessidades informativas de suas audiências.

Um aspecto relevante foi a cobertura do caso da esposa do MC Poze do Rodo no sentido da forma como a mídia lida com a narrativa e a identidade dos envolvidos. No segundo dia de análise, a mesma matéria sobre a apreensão de joias e carros da esposa do artista foi veiculada novamente, mas desta vez o jornal fez questão de mencionar uma única vez o nome da esposa, enquanto Poze continuava a ser o foco da reportagem, apesar de o assunto não estar diretamente relacionado a ele.

Isso é observável também no programa *Fala Brasil*, que abordou o mesmo caso, ressaltando a dinâmica da cobertura jornalística em relação a figuras públicas. A repetição da matéria, com uma ênfase desproporcional no nome do artista, pode ser vista como um reflexo do que Carvalho (2017) descreve como “a cultura do escândalo”, onde a mídia busca criar narrativas que capturam a atenção do público através da notoriedade associada a celebridades.

Podemos entender que essa abordagem sensacionalista resulta em uma cobertura que favorece a notoriedade do MC Poze do Rodo em relação à sua

esposa. Quando o foco recai apenas sobre o artista, a história se torna desbalanceada, ignorando a realidade da esposa, que também está enfrentando um momento difícil. Ao mencionar o nome dela apenas uma vez e continuar a explorar o drama do artista, a mídia acaba tratando a esposa como uma figura secundária na narrativa.

As matérias exclusivas do site duas horas depois da exibição do telejornal foram inteiramente dedicadas ao universo das celebridades e figuras públicas. Essa ênfase no mundo das celebridades, que inclui atualizações sobre a vida pessoal e profissional de artistas, reflete uma tendência crescente na mídia de entreter e engajar o público por meio de conteúdos que capturam o interesse popular, conforme argumentam autores como Ribeiro (2009), que discute o papel da cultura pop no consumo de notícias.

As matérias que foram compartilhadas entre a televisão e o site não apresentaram diferenças significativas no tratamento das informações. Isso sugere uma homogeneização do conteúdo entre este último programa e o site, onde a abordagem televisiva e digital se alinha, reforçando as narrativas e temáticas já estabelecidas pela emissora.

Os dois dias de pesquisa sobre o Jornal da Record se destacam ainda por sua variedade de reportagens, indo além do foco exclusivo em crimes e assaltos. Embora as matérias sobre violência e criminalidade ainda estejam presentes, a programação incluiu também conteúdos políticos e econômicos, demonstrando um compromisso em abordar uma gama mais ampla de temas que impactam a sociedade. Essa diversidade sugere que o jornal busca fornecer uma visão mais “centrada” da realidade, alinhada com a linha editorial do site.

5 CONCLUSÃO

A pesquisa buscou entender se o site oferece uma extensão das matérias da TV ou se apresenta conteúdos e enfoques diferentes para captar a audiência online. A programação jornalística da emissora, que é direcionada ao público nacional, ocorre apenas três vezes ao dia, nos programas *Fala Brasil*, *Cidade Alerta* e *Jornal da Record*. Ao longo dessa pesquisa, foi possível identificar como a Record ajusta seu conteúdo para diferentes plataformas e como isso reflete uma estratégia de segmentação, tendo que atender às expectativas e interesses variados dos telespectadores e dos usuários digitais.

Foi analisado, portanto, que a TV Record molda seu conteúdo jornalístico colocando crimes, sequestros e outros temas de grande impacto emocional em evidência. Essa escolha editorial não apenas busca captar a atenção do público, mas também explora um aspecto sensacionalista, observável especialmente no programa *Cidade Alerta*, que se tornou referência na cobertura de violência urbana.

Essa estrutura da grade jornalística da Record, focada em maior parte no conteúdo local, revela uma estratégia de adaptação do conteúdo, com o objetivo de atrair e manter a audiência em diversos segmentos. Conforme aponta Gislene Silva (2001), o telejornalismo utiliza recursos visuais e narrativos para engajar o espectador de forma emocional e imediata, aproveitando o potencial da televisão de produzir imagens impactantes e apelativas e é exatamente isso que a pesquisa encontra. No entanto, ao transferir esse conteúdo para o site de notícias, a Record adota uma abordagem diferenciada, ajustando a narrativa e o formato da notícia para atender às características e às demandas do ambiente digital.

A análise comparativa entre o telejornalismo e o site de notícias da Record permitiu observar como a emissora aproveita o potencial de cada meio para construir diferentes abordagens de uma mesma narrativa. Enquanto o telejornalismo se beneficia do impacto visual e da narrativa sequencial para atrair a atenção.

Foi demonstrado um número de matérias publicadas exclusivamente no site, com foco especial naquelas que não foram exibidas na televisão. Esse levantamento permitiu observar o volume de conteúdo adicional que a Record disponibiliza para o público digital, ampliando a cobertura com temas que não aparecem na programação televisiva. Esses conteúdos exclusivos refletem uma estratégia editorial que visa explorar interesses específicos da emissora em relação ao público online, especialmente aqueles relacionados a celebridades e casos chamativos e hiperbólicos. Um aspecto notável observado na análise foi que, no site da Record, as matérias eram apresentadas de uma maneira relativamente mais “imparcial”, evitando o uso de trechos sensacionalistas em temas delicados, como as eleições, a situação na Palestina com Israel, além de questões religiosas. Essa tendência à neutralidade é consistente com a observação de Gislene Silva (2001) onde a autora discute como diferentes plataformas exigem adaptações na linguagem e no tom das notícias. A Record parece adotar uma estratégia editorial que busca manter um equilíbrio nas informações, priorizando a clareza e a objetividade ao abordar assuntos que demandam maior sensibilidade. Essa escolha pode ser vista como uma tentativa de se distanciar do sensacionalismo típico da televisão, oferecendo ao público digital uma narrativa que favorece uma compreensão mais neutra dos eventos, ao invés de simplesmente provocar reações emocionais. Essa abordagem menos sensacionalista no site permite que a Record amplie sua audiência, atendendo a um público que procura informações mais completas e menos carregadas de dramaticidade.

A pesquisa concluiu que os programas *Fala Brasil* e *Cidade Alerta* adotam uma abordagem claramente sensacionalista, com uma discrepância significativa em relação ao conteúdo do site da Record. Esses dois programas apresentaram diversas matérias exclusivas no site, revelando uma diferença de tratamento entre os dois meios. Em particular, *Cidade Alerta* se destacou por estar ainda mais distante da cobertura online, com 11 matérias exclusivas somente no primeiro dia de pesquisa. O *Jornal da Record* se destacou por manter, de forma consistente, a divulgação das matérias também presentes no site. Embora ainda aborde temas relacionados à violência, a programação passou a incluir conteúdos políticos e econômicos, com uma maior frequência,

buscando oferecer uma visão mais ampla da realidade, alinhada com a linha editorial digital da emissora. Isso levanta a sugestão de investigar como foi a evolução do sensacionalismo na Record, explorando os fatores que impulsionaram essa estratégia editorial, examinando como a emissora gradualmente foi incorporando o sensacionalismo.

6. REFERÊNCIAS

AGUIAR, Pedro. UPI. Disponível em:

<https://agenciasdenoticias.uff.br/2024/02/12/upi/>. Acesso em: 8 out. 2024.

ALMEIDA, Bruna Andrade. **Seleção da notícia: sistematizando critérios.**

AMÂNCIO, L. **Telejornalismo popular e a conquista de audiência no Brasil.** Revista Brasileira de Estudos da Comunicação, 2010.

AMARAL, R.; SAMPAIO, D. **Jornalismo sensacionalista: o impacto da emoção na construção de notícias.** São Paulo: Annablume, 2017.

BAPTISTA, Iuri. **O modelo de Lasswell aplicado à história das teorias da comunicação.** 2017.

BARBOSA LIMA, Fernando. **Televisão e vídeo.** Rio de Janeiro: Zahar Editores.

COUTINHO, Iluska. **A busca por critérios editoriais em telejornalismo.** 2003.

DIAS, T. **Religião e televisão: a cobertura da fé no jornalismo da Record.** Rio de Janeiro: Editora PUC, 2019.

HALLIN, D. C.; MANCINI, P. **Modelos de jornalismo e política: três modelos de relação entre mídia e política.** São Paulo: Civilização Brasileira, 2004.

LOPES, F. **A segmentação do jornalismo na Record TV: entre o popular e o sensacionalismo.** Revista de Comunicação, 2020.

MELLO, Jaciara Novaes. **Telejornalismo no Brasil.** Covilhã: BOOC, 2009.

MONTEIRO, Mariana. **O Governo Médici pelas lentes da Agência Nacional.** 2015.

MORÁN, José Manuel. **A TV digital e a integração das tecnologias na educação.** 2007.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais.**

NEVES, Flora. **Telejornalismo nos primeiros tempos: história de desafios.** 2015.

OLIVEIRA, João Paulo. **Hollywood à brasileira: o padrão tecno-estético da Rede Globo no mercado de televisão.** 2023.

PEREIRA, José. **A Revolução Tecnológica e o Telejornalismo nos Anos 70**. Rio de Janeiro: Editora XYZ, 2019.

PICCININ, Fabiana. **Notícias na TV Global: diferenças (ou não) entre o telejornalismo americano e o europeu**. 2008.

PORTO, M. **Mídia, política e religião no Brasil: a influência da Igreja Universal do Reino de Deus no jornalismo da Record**. 2012.

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

RIBEIRO, André. **A Cultura Pop e os Meios de Comunicação: O Papel das Celebidades no Consumo de Notícias**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

RICCO, Flávio; VANUCCI, José Armando. **Biografia da televisão brasileira**. São Paulo: Matriz, 2017.

RATIER, Rodrigo. **A Crise de Credibilidade na Era Digital: O Impacto no Jornalismo**. São Paulo: Editora Comunicação, 2019.

SAAD, Elizabeth. **Jornalismo e Subjetividade: A Busca pela Isenção no Jornalismo Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Editora Acadêmica, 2017.

SANTOS, Mariana Martins. **Espaços de opinião no telejornalismo brasileiro: estudo de caso da apresentadora Rachel Sheherazade**. 2014.

SILVA, Edna de Mello. **As imagens do telejornal Imagens do Dia: a influência do cinejornalismo e do rádio na primeira fase do telejornalismo brasileiro**. 2011.

SILVA, Edna de Mello. **Fases do telejornalismo: uma proposta epistemológica**. 2018.

SILVA, Gislene. **Televisão e Jornalismo: a produção da notícia na cultura da imagem**. Florianópolis: Insular, 2001.

SILVA, Gislene. **Jornalismo em Ambientes Multiplataforma: Estudo de Modelos de Produção e Recepção**. São Paulo: Editora XYZ, 2015.

SOUZA, A. C. **A violência como espetáculo: uma análise do noticiário policial da Record TV**. 2019. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

TRAQUINA, Fábio. **Teorias do jornalismo: por que as notícias são como são?** Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Fábio. **Telejornalismo e a Construção da Notícia: O Impacto dos Novos Meios e as Diferenças Entre Plataformas**. Editora da Universidade, 2008.

TRAQUINA, Fábio. **O Sensacionalismo no Telejornalismo: Teoria e Prática da Construção da Notícia**. Editora Guerra & Paz, 2001.

VILELA, Sumala. **Repórter da Agência Brasil**. 2022.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2022-02/primeira-transmissao-cores-na-tv-completa-50-anos>.

Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/esporte/copa-do-mundo-do-mexico-1970/noticia/copa-do-mundo-do-mexico-1970.ghtml>.