

TELEJORNALISMO MODERNO: Uma Análise dos Jornalistas do Jornal Nacional e Jornal Hoje, na Era Digital

Bárbara de Fatima Martins

Graduanda em Jornalismo,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Luan Martins

Especialista em Comunicação Corporativa e Marketing - UNIARA
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Rafael Furlan Lo Giudice

Esp. em Comunicação e Marketing – UNIRP; Mestre em Linguística – UNIFRAN;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Adriano Vialle

Especialista em Comunicação e Marketing – UNIRP
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

RESUMO

Pesquisa em jornalismo que busca apresentar as propostas dos apresentadores de grandes telejornais do Brasil, onde nota-se que com a criação de novas tecnologias da informação, em especial as redes sociais, o papel do apresentador mudou, uma vez que este, além de ter total interação com o público, participa ativamente nas redes sociais, tendo números consideráveis de seguidores. A internet, sendo a principal forma de entretenimento das pessoas atualmente, acaba se tornando essencial, e possivelmente essa utilização pode ser uma estratégia de marketing para atrair os telespectadores do país. De certa forma, isso acaba funcionando e com o passar dos anos, vem se tornando em algo muito comum. A Rede Globo é só um exemplo mostrado neste artigo, de outras emissoras que também vem se adaptando a essa tecnologia como forma de interatividade, testando resultados. Como objeto de análise, os apresentadores do Jornal Hoje e Jornal Nacional serão apresentados, sobre a perspectiva dessa nova mudança comportamental e mercadológica.

PALAVRAS-CHAVE: adaptação; Rede Globo; modernidade; telejornalismo.

1 INTRODUÇÃO

A maior emissora de televisão no Brasil, Rede Globo, possui diversos jornais durante o dia. Com uma quebra de tabu, o jornalismo foi se modificando e se tornando cada vez mais moderno. Com a intenção de se aproximar cada vez mais dos telespectadores, o carisma entre o jornalista apresentador e público é fundamental. Sabemos que antes, os telejornais não eram assim. Qualquer jornal da emissora sempre tivera uma postura e a notícia era transmitida de uma forma séria,

sem muito espaço para entretenimento, a não ser a velha banca com o jornalista de terno e gravata e uma expressão neutra.

A proposta deste artigo será analisar dois telejornais, o “Jornal Hoje” e “Jornal Nacional”, com a intenção de desenvolver um estudo de como eram no início e como se modificaram com o passar do tempo. Também será observado a forma que a notícia é transmitida atualmente e como é recebida pelos telespectadores.

Além de o jornal estar em mudança constante, a internet passou a ser mais utilizada como forma de entretenimento e informação ao mesmo tempo. Isso foi devido à emissora perceber que os internautas se envolvem mais com o jornalismo através do humor, e assim, resulta em repercussão dando mais audiência a rede.

Os dois jornais contam com jornalistas como William Bonner (Jornal Nacional) e Evaristo Costa (Jornal Hoje). Com a utilização das redes sociais de ambos, o público interage muito mais do que nos anos anteriores. Essa tática com os internautas vem sendo cada vez mais utilizada, e atraindo fãs pelo Brasil.

O Jornal Hoje é passado durante as tardes de almoço de segunda a sábado, com a dupla de apresentadores Evaristo Costa e Sandra Annenberg.

A principal edição da emissora de telejornal “Jornal Nacional”, se apresenta também semanalmente em horário nobre, todas as noites, de segunda-feira a sexta-feira, com William Bonner e Renata Vasconcellos e aos sábados, com uma equipe de apresentadores escalados pela emissora.

2 OBJETIVOS

O objetivo deste artigo é propor uma reflexão sobre a adaptação dos telejornais da emissora nacional Rede Globo, em uma análise de dois jornais principais, Jornal Nacional e Jornal Hoje, comparando o início e atualmente. Outro aspecto discutido é a forma em que a internet vem dominando a sociedade, até mesmo sendo utilizadas nos jornais da emissora, que antes não usufruíam tanto de redes sociais como tem atualmente.

3 MATERIAL E MÉTODOS

Uma análise realizada através de livros e sites dos próprios telejornais, desde a criação até atualmente. São dois jornais líderes em audiência da emissora

Rede Globo: Jornal Nacional e Jornal Hoje. Serão avaliados também as redes sociais dos jornalistas William Bonner e Evaristo Costa, mostrando a forma que os jornalistas lhe dão com as tecnologias e os fãs telespectadores.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Rede Globo conquistou o público com seu principal jornal na emissora em que trata das notícias nacionais e internacionais mais importantes do mundo. Quase toda a população tem acesso a televisores, onde pegam como principal referência os telejornais.

Com o passar do tempo, a popularidade dos jornais em televisão de canal aberto no país, vem aumentando. A tecnologia também, fazendo com que diretores se adaptassem a essa Era Digital, que vem dominando, não só no Brasil, mas no mundo todo.

4.1 Jornal Nacional, o Início

O Jornal Nacional, criado pelo Armando Nogueira, diretor de Jornalismo da TV Globo, foi o primeiro telejornal do país a ser transmitido em Rede Nacional. Estreou no dia 1º de setembro de 1969 e vem se renovando com o passar do tempo. No início, o Jornal Nacional entrou no ar para competir audiência com o “Repórter Esso”, da TV Tupi.

No telejornalismo, dois fatos assinalam o começo de uma nova fase: a criação do Jornal Nacional, na Rede Globo de Televisão e o fim do legendário Repórter Esso, na já combalida TV Tupi”. (REZENDE, 2000, p. 109).

O primeiro jornalista a apresentar foi Hilton Gomes. Logo após, Hilton Gomes é substituído por Ronaldo Rosas, que permaneceu na emissora apenas por um ano. No lugar dele, entra Sérgio Chapelin, que, ao lado de Cid Moreira, forma a dupla de locutores que virou a cara do telejornal até 1983.

Do começo, o jornal era apresentado por apenas 15 minutos, e então com o tempo foi ganhando espaço na emissora, conforme a audiência foi aumentando.

William Bonner, um dos jornalistas mais famosos do Brasil, começou sua carreira em vários jornais da Rede Globo, mas alcançou sucesso com o tradicional “Boa noite!” no Jornal Nacional, em 1996, e continua como âncora e editor-chefe atualmente.

Fátima Bernardes, que atualmente é apresentadora de um programa próprio da emissora, também trabalhou por anos ao lado de seu ex-marido Bonner, e era o casal mais querido do telejornalismo.

Hoje, o Jornal Nacional segue com Bonner e Renata Vasconcellos na bancada.

4.1.2 As Mudanças do Jornal Nacional

O tradicional “Boa noite!”, nunca mudou. É espontâneo quando alguém responde de casa, a saudação mais famosa da televisão. Porém, várias mudanças foram feitas durante esses 50 anos de Jornal Nacional. Além de alterações constantes dos âncoras, a tecnologia foi adaptada para que o público se acomode e tenha mais entretenimento com os jornalistas de uma forma em que as edições não fiquem cansativas para quem está assistindo.

No início do Jornal, era apresentada a velha bancada em que o jornalista ficava com aparência impecável, terno e gravata, e que de forma séria, era transmitida as mais relevantes notícias.

Com enfoque na política, e sendo assim até hoje, o jornal sempre procurou informar o público sobre corrupção e economia, fazendo polemicas investigações, de forma severa para o Brasil.

O telejornal é a fonte onde a sociedade consegue acompanhar e tentar entender o que ocorre no mundo. Vizeu (2006) ressalta:

“Os telejornais cumprem uma função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade. Dessa forma contribuem para uma organização do mundo circundante. É o lugar em que os grandes temas nacionais ganham visibilidade, convertendo o exercício da publicação dos fatos como a possibilidade prática da democracia.” (2006, p. 7)

Visando sempre se adaptar as mudanças, podemos notar que o apresentador se levanta da bancada e interage mais. Andar pelo estúdio é permitido, além de fazer algum comentário de alguma notícia, é frequentemente usado, muitas vezes, dependendo do assunto, em forma de humor.

Interações de um jornalista com o outro, entrou para a lista e é extremamente importante atualmente. Bonner sempre conversa, de uma forma descontraída, com outros apresentadores ou repórteres, como por exemplo, a Maria Júlia Coutinho, conhecida como “Maju”, que informa sobre o tempo.

4.2 Jornal Hoje, O Início

O Jornal Hoje, telejornal transmitido em horário de almoço, um dos também mais populares da emissora, começou em 21 de abril de 1971, e era apresentado por Léo Batista e Luís Jatobá.

Passando por mudanças, mas tendo o mesmo objetivo, o Jornal sempre teve assuntos diários, como: culinária, arte, comportamento, moda, cidadania, defesa do consumidor, entre outros, apresentado com uma linguagem leve e informal. Isso, devido ao horário em que era passado e geralmente, os telespectadores, não só no início, como atualmente também, procura algo que não seja cansativo de se ver, e que ao mesmo tempo informe o que está acontecendo no Brasil e no resto do mundo.

Em relação às notícias, não houve tantas alterações. Porém, atualmente o Jornal vem sendo reconhecido de uma forma grandiosa, e parte disso é devido aos apresentadores: Evaristo Costa e Sandra Annenberg.

4.2.1 As Mudanças do Jornal Hoje

Podemos dizer que o formato do Jornal Hoje foi pensado estrategicamente. Os jornalistas apresentadores caíram na graça do público, por sua simpatia e simplicidade ao passar as notícias.

Devido à internet, a popularidade do jornal subiu cada vez mais, principalmente devido ao jornalista Evaristo Costa, sendo que o mesmo se adaptou ao mundo da web e tem uma interação incrível com os fãs do Jornal de todo país.

Assim como no Jornal Nacional, o Jornal Hoje também adotou a ideia da interação entre os próprios jornalistas nos estúdios. Com piadas e mais entretenimentos frequentes do que o jornal exibido a noite, o Jornal sempre teve o objetivo de ser descontraído. Claro que as edições do almoço também lida com assuntos sérios, e quando não se encaixa humor na matéria, os jornalistas não se escondem e expressam tristeza quando alguma tragédia é anunciada.

Os meios de comunicação, como o rádio e a televisão tem grande influência na população. Sabemos como a era digital pode influenciar em vários aspectos na sociedade.

“A velocidade de disseminação da Internet em todo o mundo deve transformá-la efetivamente na decantada superestrada da informação. Oferecendo notícias, entretenimento, serviços e negócios, a rede mundial

ainda é um novo meio de comunicação que rivaliza com a televisão, o jornal e outros veículos de troca e difusão da informação” (PINHO, 2003).

A internet tem total facilidade em propagar qualquer informação de uma forma viral, podendo ser uma estratégia para telejornais ganharem audiência.

As novelas e os telejornais são os principais programas que dão audiência a emissora. O telejornal se trata da realidade exposta no país e com isso gera o interesse dos telespectadores.

“Há muito tempo já se sabia que o prestígio e o poder da televisão não estavam relacionados somente com o sucesso das telenovelas, mas também com aquele dos telejornais. Informação e diversão representando, assim, um binômio extremamente sedutor em um país com graves problemas estruturais (SQUIRRA, 1989, p. 14).

Modernizando a situação, passou a serem utilizadas as redes sociais, em que é a forma mais fácil de aproximar do público e gerar uma conectividade.

4.3 Utilização das Redes Sociais

O jornalista do Jornal Nacional, William Bonner, aderiu à modernidade. O apresentador-chefe coloca vídeos em suas redes sociais sobre as principais notícias do dia que serão passadas no jornal. Com isso, em uma forma de marketing, se espalha e divulga o programa, e assim, atrai o público da internet, que hoje é muito importante, pois são os que mais dão repercussão para o jornal.

Uma das redes sociais mais utilizadas pelo apresentador é o Twitter, criada em 2006 com sua sede em São Francisco, na Califórnia, em que o usuário utiliza de 140 caracteres para expressar sua opinião ou qualquer tipo de comentário.

Bonner participa desde 2009, compartilhando sua vida pessoal e profissional com seus mais de 10 milhões de seguidores. Com o usuário @realwbonner, o jornalista não descarta a ideia de responder aos fãs, informar e levar humor em sua conta pessoal, que também é usada para divulgar seu trabalho.

O carinho que os fãs têm com o jornalista é tanto, que o chamam de tio em suas redes sociais, e claro que Bonner aderiu a ideia e chama todos os internautas de sobrinhos.

Além das brincadeiras, Bonner se sentiu no dever de informar aos fãs, quando se separou de Fátima Bernardes, e declarou uma nota sobre o delicado assunto.

Quando se trata de jornalista, logo vem uma imagem de uma pessoa séria. Com o Bonner, isso mudou. Em seu Twitter, podemos ver as piadas e os tweets descontraídos, em que muitas pessoas se assustam, por estarem acostumados com o apresentador de terno e gravata.

Bonner possui milhares de seguidores em suas redes sociais, sendo as mais utilizadas: Twitter, com mais de 10 milhões de seguidores e Instagram, com mais de um milhão. O jornalista não possui página no Facebook, mas podemos ver fotos constantemente do apresentador nos bastidores do Jornal Nacional pela página oficial do Facebook do telejornal, que possui mais de 8 milhões de curtidas.

Figura 1. Captura de tela de tweet de William Bonner em 7 de fevereiro de 2013.



Fonte: Extraído de Twitter oficial de William Bonner.
(www.twitter.com/realwbonner)

Claro que com a rede social, o apresentador ficou cada vez mais conhecido na web. Podemos ver pelo número de curtidas e retweets na foto acima retirada de sua conta pessoal em uma rede social. Bonner consegue associar o famoso “boa noite” do telejornal, com o humor dos internautas.

Bonner também utiliza suas redes sociais em tempo real da apresentação do Jornal Nacional. Nos intervalos, sempre podemos ver algum tweet do apresentador.

Figura 2. Captura de tela de tweet de William Bonner em 7 de dezembro de 2010.



Fonte: Extraído de Twitter oficial de William Bonner. (www.twitter.com/realwbonner).

Podemos ver na imagem abaixo, a forma de como Bonner menciona seus fãs da web. Os fãs passam a chamá-lo de “tio”, como uma forma carinhosa em resposta a interação do apresentador com o público internauta.

Pedir a opinião do público em questão de sua aparência, também é uma estratégia de interação com os internautas.

Figura 3. Captura de tela de tweet de William Bonner em 11 de março de 2012.



Fonte: Extraído de Twitter oficial de William Bonner. (www.twitter.com/realwbonner).

Depois da nota de separação do seu casamento de mais de 26 anos, também postada por Fátima Bernardes em sua rede social, no final do ano de 2016, Bonner não tem estado muito presente em seu Twitter, porém, a página oficial do

Jornal Nacional no Facebook, sempre posta fotos e vídeos do apresentador com sua parceira de bancada, Renata Vasconcellos.

Figura 4. Captura de tela de tweet de William Bonner em 20 de janeiro de 2015.



Fonte: Extraído de Twitter oficial de William Bonner. (www.twitter.com/realwbonner).

Qualquer pessoa que tem acesso à internet, com certeza também já ouviu falar de Evaristo Costa. O jornalista ficou querido no Brasil inteiro pelos internautas por sempre expressar bom humor e interação ao público.

Evaristo adotou uma técnica que poucos usam: se comunica com os fãs, respondendo o maior número de comentários possíveis. Qualquer *post* feito por ele, cai nas graças do público que sempre o acompanha em suas redes sociais e se divertem com o humor do apresentador.

Figura 5. Foto postada pela página oficial do Jornal Nacional em 15 de maio de 2017.



Fonte: Extraído da página oficial do Facebook de Jornal Nacional. (www.facebook.com/JornalNacional).

O jornalista também sempre publica os bastidores do Jornal, deixando o público mais próximo. As fotos geralmente são divertidas e viralizadas facilmente, gerando milhares de comentários engraçados.

Existem até páginas de humor na rede social que se dedicam especialmente ao apresentador, postando inúmeras imagens de capturas de telas com as melhores respostas e mais engraçadas de Evaristo. O próprio apresentador reconhece a fama que obteve nestes últimos anos, e até compartilha algumas das imagens. Sua popularidade se deu conta quando as pessoas perceberam que o próprio jornalista se utilizava deste meio com o objetivo de divertir seus fãs.

Outros famosos nacionais também interagem com Evaristo, rendendo entre eles conversas engraçadas, fazendo com que o público goste.

Suas redes sociais mais usadas são: Instagram, Facebook e Twitter. São mais de cinco milhões de seguidores em sua conta no Instagram, um milhão no Twitter e dois milhões no Facebook.

Evaristo adora postar o que acontece seu dia a dia, seja em momentos inusitados ou comuns. O apresentador tenta sempre deixar o público mais próximo, e isso vem acontecendo em meados de 2015 até os dias atuais.

O próprio jornalista afirma que é ele mesmo quem responde os comentários em suas redes sociais. Pelo número de respostas serem muito altas, os internautas passaram a duvidar que seria ele mesmo ou uma assessoria comentando.

Figura 6. Foto de Evaristo Costa na bancada dos bastidores do Jornal Hoje.



Fonte: Extraído da página oficial do Facebook de Evaristo Costa. (www.facebook.com/OficialEvaristoCosta).

Além de fotos, vídeos também são extremamente comuns de se ver. Com edição alternativa, o apresentador fala sobre algum assunto do momento, como no Carnaval de 2017, em que publicou um vídeo sobre os cuidados que as pessoas deveriam ter nesse período de festa, dando algumas dicas de forma descontraída e engraçada.

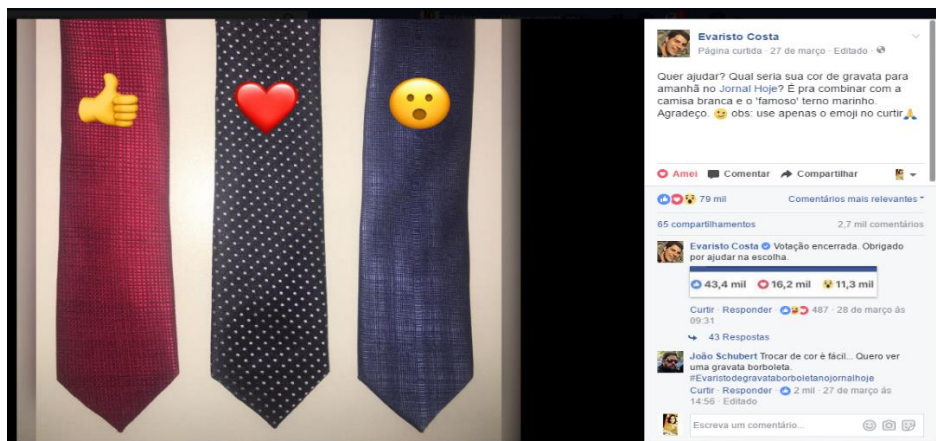
Figura 7. Captura de tela do tweet de Evaristo Costa em 16 de maio de 2017.



Fonte: Extraído de Twitter oficial de Evaristo Costa. (www.twitter.com/evaristocosta).

Assim como Bonner, Evaristo também pede a opinião do público em votações de suas gravatas a serem usadas durante o Jornal Hoje.

Figura 8. Foto publicada por Evaristo Costa em sua página no Facebook em 27 de março de 2017.



Fonte: Extraído da página oficial do Facebook de Evaristo Costa. (www.facebook.com/OficialEvaristoCosta).

O resultado de toda a atenção dedicada aos fãs rendeu até em festas, onde o tema era o próprio jornalista, gerando reconhecimento pelo mesmo.

Figura 9. Foto de internautas postado por Evaristo Costa em sua página no Facebook, em 20 de fevereiro de 2017.



Fonte: Extraído da página oficial do Facebook de Evaristo Costa. (www.facebook.com/OficialEvaristoCosta)

São muitos comentários, fotos e vídeos publicados por Evaristo. Suas redes sociais são sempre atualizadas diariamente e com alta interação aos fãs.

5 CONCLUSÕES

A Rede Globo, sempre procura renovar o telejornalismo. Em meio de polêmicas, o público ainda dá preferências aos grandes jornais da emissora, sendo considerado de maior audiência pelos telespectadores.

Vimos que nos dois jornais, mudanças foram necessárias para acompanhar o ritmo da globalização da informação.

Críticas surgem em maior parte do tempo, mas em questão de modernidade, não podemos deixar de perceber os fatores citados nesse artigo. Podemos pensar que, daqui alguns anos, os jornais irão mudar novamente para as pessoas que estão em casa.

A proximidade é um tópico principal e muito levado a sério por produtores e diretores dos telejornais. A Rede Globo é só um exemplo do quão grandioso isso se torna, desde um jornal sério com pontos de entretenimento, quanto a jornais leves, em que o humor é totalmente necessário.

Essa estratégia será sempre utilizada, principalmente pelo aumento da audiência, que foi notada com o passar do tempo.

A tecnologia se renova, logo o telejornalismo também. A internet tem forte relevância para que isso aconteça. Podemos ver durante todo o artigo as interações feitas com o público e como isso inova a questão jornalística da emissora. Podendo até ser uma estratégia de marketing para ambos os telejornais citados, o resultado é a repercussão garantida. Quanto mais interação ao público, mais audiência. Isso vem funcionando com o passar desses últimos anos, para ser mais exato, desde 2015 até os dias atuais.

Não sabemos como serão daqui alguns anos, mas temos a certeza que o telejornalismo se adaptará às mudanças da sociedade.

REFERÊNCIAS

BONNER, William. Jornal Nacional: modo de fazer. 1 ed. Rio de Janeiro: Globo, 2009.

FACEBOOK INC. Página Jornal Nacional. Disponível em: <www.facebook.com/jornalnacional>. Acesso em 14 mai. 2017.

FACEBOOK INC. Pagina Evaristo Costa. Disponível em:
<www.facebook.com/EvaristoCosta>. Acesso em: 14 mai. 2017.

FERRARI, Pollyana. Jornalismo Digital. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2014.

PINHO, J.B. Jornalismo na Internet: Planejamento e produção da informação on-line. 3 ed. São Paulo: Summus, 2003.

REDE GLOBO. História Jornal Nacional. Disponível em:
<www.g1.com/jornalnacional>. Acesso em 17 mai. 2017.

REDE GLOBO. História do Jornal Hoje – História. Disponível em:
<www.g1.com/jornalhoje>. Acesso em: 17 mai. 2017.

SQUIRRA, Sebastião. Aprender Telejornalismo: Produção e Técnica. ed. Brasiliense, 1989.

TWITTER INC. William Bonner. Disponível em:
<<https://twitter.com/realwbonner?lang=pt>>. Acesso em: 29 mai. 2017.

TWITTER INC. Evaristo Costa. Disponível em: <www.twitter.com/evaristocosta>
Acesso em: 29 mai. 2017.

VIZEU, A. O lado oculto do telejornalismo. 1 ed. Florianópolis: Calandra, 2006.

YORKE, Ivor. Telejornalismo. 4 ed. São Paulo: Roca, 2007.