



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

JOAN RAIMYSON DE SOUZA FONTES

**Reconfiguração do telejornalista potiguar: uma análise de conteúdo
da linguagem coloquial do RN1**

NATAL

2022

JOAN RAIMYSON DE SOUZA FONTES

**Reconfiguração do telejornalista potiguar: uma análise de conteúdo
da linguagem coloquial do RN1**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Gestão de Políticas Públicas da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gestão de Políticas Públicas.

Orientadora: Prof^a Dr^a Valquíria Aparecida Passos Kneipp

NATAL

2022

TERMO DE APROVAÇÃO

JOAN RAIMYSON DE SOUZA FONTES

Reconfiguração do telejornalista potiguar: uma análise de conteúdo da linguagem coloquial do RN1

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo. Aprovado em Natal/RN, Julho de 2022, pela seguinte banca examinadora:

Prof.^a Dr.^a Valquíria Aparecida Passos Kneipp (Orientadora)

Prof. Dr. Marcelo Bolshaw Gomes (Examinador)

Me. Francisco das Chagas Sales Júnior (Examinador)

Fontes, Joan Raimyson de Souza.

Reconfiguração do telejornalista potiguar: uma análise de conteúdo da linguagem coloquial do RN1 / Joan Raimyson de Souza Fontes. - 2022.

70f.: il.

Monografia (graduação) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Bacharelado em Comunicação Social - Jornalismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, 2022.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Valquíria Aparecida Passos Kneipp.

1. Telejornalismo potiguar. 2. Análise de Conteúdo. 3. RN1. 4. Linguagem. 5. Gírias. 6. Expressões Regionais. I. Kneipp, Valquíria Aparecida Passos. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 070(813.2)

Esta monografia é dedicada a todos que se deixaram encantar por essa caixa mágica chamada de televisão, assim como eu.

AGRADECIMENTOS

Agradecer sempre é importante. Até porque nós nunca conquistamos nada sozinhos. Por isso, antes de tudo, sou grato a toda palavra de incentivo feita por qualquer pessoa ao longo da minha vida, nem que seja a mais simples. Com elas, sempre lembramos que não estamos sozinhos no mundo e que sempre vai existir alguém que se importa com você, vibrando com as suas conquistas.

Sou grato a minha família e pelos sacrifícios que todos eles fizeram, sem exceção para que eu pudesse fazer a minha graduação em jornalismo. Minha mãe Jaqueline, meu pai Rogério, minha tia Suerda e o seu marido Marcílio, meu primo João Guilherme e meus avós Nilson e Maria José. Apesar de muitos conflitos entre nós, reconheço os sacrifícios que cada um de vocês fizeram nesses mais de cinco anos de jornada acadêmica e o orgulho que sentem de mim. Sei que não foi fácil para nenhum de nós. Obrigado por tudo.

Sou grato a UFRN e ao Departamento de Comunicação Social por terem proporcionado toda a bagagem acadêmica necessária nessa minha jornada. Não foi fácil, principalmente com uma pandemia atrasando tudo, mas nós estamos aqui, vivos. Em especial agradeço a professora Valquíria Kneipp por ter aceitado me orientar nessa monografia. Também estendo o cumprimento aos trabalhadores que fazem instituição.

Sou grato a todos os amigos que eu fiz durante a graduação. No início eu estava bastante confuso sobre o curso, se era isso mesmo que queria. Até formar o nosso *Squad*. Rafael Lopes, Helena Teixeira, Vinícius Furtado, Juliana Lima, Letícia Maria, João Bezerra, Letícia Medeiros, Luiz Gustavo e Pedro Henrique, tenho certeza que tudo isso não seria a mesma coisa sem a presença de vocês comigo.

Sou grato a TV Universitária. Confesso que não esperava ficar tanto tempo como bolsista, mas a pandemia, sempre ela, mudou tudo. Lá, adquiri muita experiência vivendo o dia-dia nas mais variadas formas e pela primeira vez pude mostrar para as pessoas quem eu sou de verdade. São momentos de extrema felicidade que com certeza eu vou guardar para o resto da minha vida.

Finalmente, sou grato a mim mesmo. Por ter tido paciência, por ter respirado fundo, por ter sabido esperar e por entender o tempo certo das coisas. A vida é uma

correria, mas as vezes é necessário parar e olhar para dentro de si, procurando sua paz interior e tentar se descobrir. Seja qual for o seu credo, é preciso acreditar. Não me considero uma pessoa religiosa, mas em respeito a fé da minha família, agradeço também a Deus por ter me ouvido quando precisei falar com ele.

Os últimos tempos não foram fáceis. O tempo de quarentena durante a pandemia me fez perceber o quanto a vida é um sopro, por isso, se for para deixar uma mensagem, diria que devemos viver a vida pensando menos no imediato e mais em como nós podemos viver melhor em sociedade. Porque dentre as diversas respostas para as adversidades que o destino ainda vai nos impor, a eterna Elza Soares tem a melhor delas: Nós não vamos sucumbir!

Permita que eu fale, não as minhas cicatrizes.

(Emicida)

Eles passarão... Eu passarinho!

(Manoel de Barros)

RESUMO

O presente documento investiga o uso de gírias e expressões regionais no telejornal local RN1 e o seu impacto na linguagem jornalística. A fundamentação teórica abordou os conceitos de telejornalismo regional e os seus tipos de proximidades, o uso da linguagem no jornalismo de TV e o fenômeno da notícia *light*, além do que é o infotimento. Os principais autores utilizados no capítulo do referencial teórico foram Aguiar (2016), Correia e Camponez (2012), Paternostro (1999), Yorke (1998), Bagno (2009), Roldão (2003), Júnior (2014), Dejavite (2006) e Arbex Júnior (2001). Para a execução da pesquisa foi feita a metodologia da análise de conteúdo através da semana construída, que consistiu na observação de seis programas do telejornal RN1 (segunda a sábado), intercalando as semanas em cada dia. Durante as análises foram identificadas e classificadas de acordo com a metodologia, as palavras ditas pelos apresentadores e repórteres interpretadas como gírias e expressões regionais, sempre baseando-se nos conceitos dos autores utilizados na fundamentação teórica da monografia. Foram identificados 73 termos ditos nos seis programas analisados, em sua maior parte, expressões regionais. Ao fim, percebeu-se que esse tipo de situação está cada vez mais presente no telejornalismo regional, e veio principalmente para conquistar a audiência do público, segurando a sua atenção.

Palavras-chave: Telejornalismo; Análise de Conteúdo; RN1; Linguagem; Gírias; Expressões Regionais

ABSTRACT

This document investigates the use of slang and regional expressions in the local newscast RN1 and its impact on journalistic language. The theoretical reference addressed the concepts of regional television journalism and its types of proximity, the use of language in TV journalism and the notícia *light* phenomenon, beyond what is infotimento. The main authors used in the theoretical reference were Aguiar (2016), Correia e Camponez (2012), Paternostro (1999), Yorke (1998), Bagno (2009), Roldão (2003), Júnior (2014), Dejavite (2006) e Arbex Júnior (2001). For the execution of the research, the methodology of content analysis was carried out through the week built, which consisted of the observation of six RN1 news programs (Monday to Saturday), alternating the weeks in each day. During the analyzes were identified and classified according to the methodology, the words spoken by the presenters and reporters interpreted as slang and regional expressions, always based on the authors' concepts used in the theoretical reference of the monograph. We identified 73 terms said in the six programs analyzed, for the most part, regional expressions. In the end, It was noticed that this type of situation is increasingly present in regional telejournalism, and came mainly to win the audience of the public, holding your attention.

Keywords: Television Journalism; Content Analysis; RN1; Language; Slang; Regional Expressions

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Apresentador e co-apresentadora do RN1.....	37
Imagem 2 – Reportagem na praia de Ponta Negra exibida em 23/05/2022.....	39
Imagem 3 – Telespectador participa pelo <i>Whatsapp</i> na edição de 31/05/2022..	40
Imagem 4 – Apresentador e co-apresentador no dia 08/06/2022.....	41
Imagem 5 – Um dos <i>links</i> feito em 16/06/2022, feriado de <i>Corpus Christi</i>.....	42
Imagem 6 – Início da edição de 24/06/2022, dia de São João.....	43
Imagem 7 – Repórter mostra cratera aberta pela chuva em 02/07/2022.....	44

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Datas do recorte analisado do RN1.....	35
Quadro 2 – Classificação das gírias.....	45
Quadro 3 – Classificação das expressões regionais.....	46
Quadro 4 – Análise da edição de 23/05/2022.....	58
Quadro 5 – Análise da edição de 31/05/2022.....	59
Quadro 6 – Análise da edição de 08/06/2022.....	62
Quadro 7 – Análise da edição de 16/06/2022.....	64
Quadro 8 – Análise da edição de 24/06/2022.....	66
Quadro 9 – Análise da edição de 02/07/2022.....	67

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 2 - O REGIONAL NO TELEJORNALISMO.....	20
2.1. As Proximidades do Jornalismo Regional.....	21
2.2. Linguagem X Telejornalismo.....	24
2.3. O Jornalismo como Infotainment.....	28
CAPÍTULO 3 – A METODOLOGIA DA ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	33
3.1. Definições: Gíria e Expressão Regionais.....	36
3.2. Apontamentos Sobre os Formatos do RN1.....	37
3.3. Linguagem do RN1 em Análise.....	38
3.3.1. Edição de 23/05/2022.....	39
3.3.2. Edição de 31/05/2022.....	40
3.3.3. Edição de 08/06/2022.....	41
3.3.4. Edição de 16/06/2022.....	42
3.3.5. Edição de 24/06/2022.....	43
3.3.6. Edição de 02/07/2022.....	43
3.4. Agrupando os Termos.....	44
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS.....	51
ANEXO.....	56
APÊNDICES.....	58

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO

Nos últimos cinco anos, os telejornais estão tentando se comunicar melhor com o público. Segundo Spinelli (2012), essa iniciativa se deu a partir do momento em que as tecnologias com acesso à internet começaram a se tornar mais acessíveis ao grande público. Assim, as empresas de televisão se viram obrigadas a repensarem a sua estratégia de mercado “perante o avanço da rede, devido à perda de audiência propiciada pela evolução da internet” (SPINELLI, 2012, p.5).

Para se ter uma ideia, a 10ª edição do *Digital News Report* divulgada pelo instituto *Reuters* em 2021 abrangendo 46 países de todos os continentes, apontou que a *internet* tem uma penetração em 71% do território brasileiro. Igualmente, foi revelado que 83% dos brasileiros acessam as notícias em ambientes online (*sites*, *blogs*, redes sociais e aplicativos de mensagens), 63% se informam apenas por mídias sociais, 61% afirmaram que assistem TV para se informar e só 12% continuam lendo veículos impressos como jornais e revistas. Podemos perceber que apesar da queda, a televisão ainda tem uma parcela considerável da preferência entre as mídias tradicionais. A pesquisa aplicou questionários online a 2.007 brasileiros, obedecendo às proporções de idade, sexo, cor, região e renda da população.

Dessa forma, o telejornalismo aposta cada vez mais em formatos de caráter mais dinâmico e informal para o telespectador, seguindo a tática adotada nas redes sociais principalmente com uso da coloquialidade. Para Bistane e Bacellar (2005) os apresentadores devem se atentar para o fato de que a notícia tem que ser dada de forma atraente e inteligível, e, portanto, é necessário ter o conhecimento das preferências de sua audiência, para que a notícia seja abordada a partir da realidade dela. As autoras exemplificam que “não devemos falar de macroeconomia, balança comercial, produto interno bruto com quem está interessado em saber apenas qual o efeito prático de determinada medida econômica no orçamento doméstico” (BISTANE e BACELLAR, 2005, p.43).

Maia (2011), indica que o estilo mais formal e engessado do telejornalismo tem se mostrado ineficiente para cativar novos telespectadores, principalmente os mais jovens. Assim, as emissoras de televisão não estão mais tratando os seus

receptores de forma isolada, pelo contrário, estão cada vez mais se abrindo à participação do público, para ser coprodutor da informação através das mídias digitais.

Este comportamento, que tem tomado conta das redações de telejornal, justifica-se pela necessidade de mudança de estratégia na captura do receptor, o telespectador. Não importa a idade, a classe social, o sexo, o grau de instrução. O desafio, agora, é (re)criar laços de proximidade e familiaridade com o público, a fim de garantir a audiência. Não é por acaso que o sentimento de pertencimento a um lugar tem sido cada vez mais mediado pelos meios de comunicação. E é em busca da distinção entre tantos outros apelos do campo midiático que os telejornais seguem em busca do estabelecimento de uma relação de fidelidade com o telespectador (MAIA, 2011, p.8).

Ainda de acordo com a autora, algumas dessas mudanças devem ser feitas como uma forma de buscar a assiduidade do telespectador. “Como meio de captura do receptor, os telejornais buscam construir uma relação de identificação, um vínculo com o público que representa na tela” (MAIA, 2011, p.9). Dessa forma, ela pontua que essas mudanças devem passar pelos apresentadores e repórteres, na sua forma de vestir, de se comportar no cenário e também de falar. A maneira como os jornalistas usam as palavras, deve ser o mais espontâneo possível, bem próxima do cotidiano das pessoas, porque cria um ambiente familiar e de confiança no receptor. Qualquer marcação de fala trazida pelo *teleprompter* deve ser usada apenas como guia de orientação para os apresentadores.

No Rio Grande do Norte, o telejornal local RN1, da InterTV Cabugi, é veiculado na hora do almoço, entre 11h45 e 13h00 e atualmente apresentado por Murilo Meireles e Ana Paula Davim. O programa estreou em 1987, baseado no formato do SPTV, unificado em todo o país em cada afiliada da Rede Globo. Segundo Júnior (2014), o telejornal foi pioneiro a dar espaço para a população ter voz e cobrar, das mais diversas autoridades, melhorias no serviço público. Foi então que o RN1 começou a se notabilizar por suas reportagens tendo como pano de fundo os bairros com maior vulnerabilidade social de Natal.

Até o ano de 1987 a população potiguar assistia a programação da TV Globo através da afiliada da emissora em Recife. “Eventualmente, quando ocorria algo de importante no Rio Grande do Norte, um correspondente da TV Globo

Nordeste que residia em Natal produzia matéria e enviava para Recife” (SANTOS E HOLANDA, 2017 p.174). Os autores também destacam que a crise da agricultura e o crescimento do turismo, promoveram uma migração da zona rural para as cidades o que promoveu a criação de emissoras de TV locais no estado, incluindo a então TV Cabugi, atual Inter TV Cabugi.

Júnior (2014) reflete que por muito tempo as afiliadas da Rede Globo se viam no telejornalismo engessado, no qual não se permitia nenhuma palavra fora do chamado “padrão Globo de qualidade”. Com a democratização do acesso às mídias digitais e da linguagem das redes sociais, a emissora começou a estimular que seus jornalistas falassem com o público como se estivessem em uma conversa do dia a dia. A medida começou a ser adotada nas afiliadas do sudeste e foi implementada na InterTV Cabugi através do RN1.

O modelo de como a vertente televisiva do jornalismo é apresentado nos dias de hoje, já não é mais o mesmo de dez anos atrás. Vemos os telejornais, principalmente os de notícias locais, transitarem entre o jornalismo e o entretenimento, de forma a captar cada vez mais a audiência. E a maneira de falar dos jornalistas é essencial para conquistar a atenção e a confiança do público. Dessa forma, essa pesquisa se faz relevante, pois pretendeu por meio de uma investigação, identificar e analisar proporcionará que essa mudança, para que ela seja compreendida e registrada para fins acadêmicos. Principalmente em termos regionais, devido à escassez de pesquisas.

O atual RN1 estreou a mais de 30 anos atrás, portanto é um produto televisivo que tem força para chegar às classes mais populares da sociedade, por tratar de um veículo de comunicação de massa. O telejornal foi o que mais teve mudanças perceptíveis na maneira de apresentação, dentro do jornalismo potiguar, de acordo com Júnior (2014). O fato do formato do RN1 ser padronizado em todas as afiliadas da Rede Globo, obedecendo a um padrão de qualidade sendo o único diferencial a abordagem com um “tempero local” (grifo do autor), e o fato dessas mudanças estarem sendo feitas em outros estados, também contribuíram para a escolha do telejornal como corpus de análise.

Júnior (2014, p.27), ainda explica que essa padronização dos programas nas TVs afiliadas também cria uma identidade nacional: “Esta é uma forma de

manter a qualidade e criar uma identidade nacional. O que vemos aqui é praticamente o mesmo que vemos no Rio Grande do Sul, em São Paulo, no Rio de Janeiro e em qualquer outra parte do Brasil”. Assim, as emissoras afiliadas devem seguir o que é definido pela rede para não se quebrar o “padrão Globo de qualidade”. Logo, a pesquisa também se faz importante para o campo do jornalismo, pois analisará a mudança no formato de telejornais, mostrando que mesmo a emissora de maior audiência do país é suscetível a adaptações. Munhoz (2004), explica o que é esse “padrão Globo de qualidade”.

Este padrão instituído pela empresa é estruturado para atender a lógica da televisão comercial, pois todos os seus “produtos” (como a Rede Globo de televisão costuma nomeá-los) são mantidos por anunciantes. Daí a necessidade de criar regras gerais, válidas para todas as negociações. A estrutura mínima para a produção de programas locais das afiliadas é basicamente um estúdio com uma equipe de reportagem e um departamento comercial. Funciona basicamente como uma unidade produtiva na produção da informação. (MUNHOZ, 2004, p.88).

É importante analisarmos a linguagem desse atual formato do RN1 porque o mesmo telejornal apresentado era completamente diferente do que é apresentado hoje, os apresentadores eram outros e da mesma forma os programas concorrentes. A necessidade de ter audiência também fez com que as emissoras de televisão pudessem em transformar seus telejornais em programas muito próximos do entretenimento, fugindo até do padrão Globo para um telejornal local. Dessa forma, faz-se necessário refletirmos se a implementação da simplificação da linguagem coloquial no RN1 está relacionada a esse fato.

Existem outros dois telejornais produzidos pela Inter TV Cabugi: O Bom Dia RN, entre 06:00 e 08:30 e o RN2, veiculado depois da novela das 6 da TV Globo. A escolha do RN1 para ser pesquisado se deu pelo fato do telejornal ser considerado como um prestador de serviços à população de acordo com os autores consultados para a elaboração desse presente documento.

A problemática que nos faz partir para a realização deste estudo será: Em qual contexto os jornalistas (apresentadores e repórteres) utilizam a linguagem coloquial simplificada durante a transmissão do RN1? A hipótese levantada é de que implementação de uma linguagem mais coloquial (como gírias, expressões regionais,

contrações e apelidos) na fala dos jornalistas do RN1, teria sido por conta da popularização do acesso à internet e também pela chamada “guerra por audiência” com outros programas do mesmo horário, com isso, estariam tentando se aproximar de seu público, mas isso só aconteceria dependendo da pauta apresentada.

O objetivo geral foi entender como a linguagem coloquial utilizada pelos jornalistas na condução do telejornal RN1 impacta na linguagem telejornalística. Para conseguir isso, os objetivos específicos são: Identificar quais são as palavras informais que os jornalistas empregam na apresentação, nas reportagens e no ao vivo durante o telejornal RN1, tabular esses tipos de palavras para entender o seu significado e analisar em qual contexto os jornalistas abordaram a linguagem informal.

A fundamentação teórica representa o capítulo 2 dessa monografia e baseia-se em três partes. Na primeira, falaremos sobre o jornalismo regional e a busca pela proximidade com a audiência, o seu papel social e como sua relação através do poder público impacta na tomada de decisão dos valores-notícia. Já na segunda, abordaremos a importância da linguagem telejornalística simples, a variação linguística e a influência dos manuais de redação no telejornalismo. Por fim, na terceira, teremos o conceito de “infotimento” dentro do jornalismo, a espetacularização da notícia, e o porquê esse tipo de conteúdo conquista audiência. Os principais autores usados para a elaboração da literatura foram Aguiar (2016), Correia e Camponez (2012), Paternostro (1999), Yorke (1998), Bagno (2009), Roldão (2003), Júnior (2014), Dejavitte (2006) e Arbex Júnior (2001).

No capítulo 3 detalhamos melhor o tipo de metodologia escolhida para a pesquisa, que foi a da análise de conteúdo. Através de Bardin (2011) explicaremos as suas características e o passo a passo. E para fazer essa observação do nosso objeto de pesquisa, a amostragem teve como referência uma semana construída de seis dias do telejornal RN1. Neste tópico também abordamos de que forma o programa foi analisado.

O capítulo também mostra a análise de fato do vocabulário empregado no RN1. Para isso serão indicados as notícias que foram destaques em cada uma das edições, as palavras tidas como gírias e expressões regionais ditas pelo apresentador, co-apresentadores e repórteres com os seus respectivos significados

e uma exposição estatística sobre qual o tipo de linguagem é mais utilizada e por quem ao longo do telejornal.

Ao final, foi possível considerar que o emprego de gírias e expressões regionais no RN1 estão diretamente ligadas com os conceitos de linguagem simples e infotimento que estão explicitadas na fundamentação teórica dessa monografia. Além disso, esse tipo de linguagem serve para causar uma sensação de proximidade e entendimento do público para conquistar a sua audiência.

CAPÍTULO 2 - O REGIONAL NO TELEJORNALISMO

A Televisão aberta e o telejornal passaram a ser os principais mediadores da realidade. Becker (2005, p.16) alega que, “o telejornal é o produto de informação de grande impacto. Pelo telejornal, a TV cria e procura dar visibilidade a uma experiência coletiva de nação. É um espaço importante de construção de sentidos do nacional como um ritual diário”.

Mas, em um país do tamanho do Brasil existe uma diversidade de identidades, na qual o nacional pode não abranger por inteiro, assim, o jornalismo regional preenche essa lacuna. Deolindo (2013, p.7) corrobora com essa ideia, para a autora, “o jornalismo regional preenche a lacuna de informação deixada pela prática jornalística nacional que se apoia na multiplicidade de acontecimentos que ocorrem no País”.

De acordo com Peruzzo *apud* Jasper (2016), o surgimento da imprensa local acontece junto com o surgimento das mídias de massa. Isso porque quando nasceram, o jornal, o rádio e a televisão só atingiam um raio de abrangência curta e com os sucessivos avanços tecnológicos ao passar do tempo, aumentaram o alcance. Ainda segundo a autora, dessa forma, muitos veículos que hoje são nacionais e até internacionais, já foram regionais em seu início.

No Rio Grande do Norte a televisão chegou em 1972, mais de duas décadas após o seu início no Brasil em 1950. A primeira emissora de conteúdo local produzido no estado foi a TV Universitária, considerada como uma das emissoras educativas mais antigas do país. Vinculada à Universidade Federal do Rio Grande do Norte, sua programação atendia as demandas de ensino à distância nas redes de ensino básico com tele aulas e programas educativos.

Ainda nas origens da imprensa local potiguar, Kneipp e Silva (2016, p.3) afirmam que “um dos marcos marco da história da televisão no estado é o surgimento da primeira televisão comercial do Rio Grande do Norte, a TV Ponta Negra, em 1987, que vem colocar o estado no cenário nacional e os potiguares começam a se ver na tela através dos telejornais”. No mesmo ano, com uma diferença de seis meses foi implantada a TV Cabugi, hoje Inter TV Cabugi, emissora que exhibe o objeto empírico desta pesquisa.

2.1. As Proximidades do Jornalismo Regional

Sousa (2004) define que dentre as principais características do jornalismo regional destacam-se a territorialização bem delimitada dos seus públicos, das instituições sociais presentes e dos assuntos cotidianos recorrentes. “A imprensa constrói-se justamente nesse compromisso com a região e com as pessoas em que a habitam” (SOUSA, 2004, p.86).

Dessa forma, o que vai definir o valor-notícia de uma mídia local é a sua proximidade com o público. Segundo Lima (2008, p.64), “É a proximidade que permite ao jornalismo perceber os contextos que determinam os valores-notícia, e, a partir daí, organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a atualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade”.

Vale ressaltar que o termo jornalismo regional/local/comunitário não só é um particularidade de cidades pequenas do interior. Em grandes metrópoles também se encontram mídias mais concentradas em bairros ou em cidades pertencentes a regiões metropolitanas. Aguiar (2016) explica que no entanto, enquanto o interior é focado em valores e tradições, os centros urbanos vão para além disso.

Há uma grande distância entre o censo comunitário típico das pequenas cidades (de até 30 mil habitantes) e a diversidade de “comunidades” e de seus interesses. [...] Enquanto as primeiras costumam ancorar-se na tradição, nos grandes aglomerados urbanos a identidade local passa por outros fatores. Na capital fluminense por exemplo, “comunidade” é um termo cada vez mais atribuído a bairros populares e favelas em processo de reordenação urbana e social, cuja a população é superior a grande parte do municípios brasileiros. (AGUIAR, 2016, p.29).

Além da proximidade, o telejornalismo regional também precisa de imagens para ilustrar as informações repassadas ao público. Yorke (2007, p.91) considera que “o poder de transmitir imagens em movimento coloca a televisão numa categoria à parte de seus rivais no mercado de disseminação de notícias”. Isso porque o telespectador logo reconhece a sua rua, bairro, cidade, estado e região assim que olha pra TV. Paternostro (1999) afirma que não podemos escrever uma palavra que seja para o telejornalismo sem conhecer as imagens que estaremos trabalhando. “A imagem é parte da natureza da TV, e em telejornalismo precisamos casar imagem e informação” (PATERNOSTRO, 1999, p.73).

O conceito de proximidade também deve ser entendido para além da questão geográfica. Para além da proximidade física e geográfica, incluem também as dimensões temporais, psicoativas, socioprofissionais e socioculturais. Correia e Camponez (2012) defendem que o jornalismo regional seja conceituado a partir do termo comunidades de lugar.

Defendemos uma definição de jornalismo regional a partir do conceito de pacto comunicacional realizado no contexto de comunidades de lugar - isto é, comunidades que se reconhecem com base em valores construídos e criados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada - e onde intervêm critérios como o espaço geográfico; o lugar de apreensão, recolha e produção dos acontecimentos noticiados; como o espaço privilegiado de difusão de informação, o tipos de conteúdo partilhados e de informação disponibilizada: enfim, a definição dos públicos (CORREIA E CAMPONEZ, 2012, p.36-37).

Por esse tipo de critério de proximidade das comunidades de lugar é que os meios de comunicação do jornalismo regional podem abordar questões locais de interesse de uma comunidade específica. Uma vez estando próximo do cidadão, a mídia regional é um facilitador da cidadania dando voz ao cidadão, como ressalta (RIBEIRO, 2004, p.5) “Uma vez que ao tratar de temas diretamente relacionados com o público, permite que a população participe do desenvolvimento local: reclamar dos direitos políticos e administrativos, fiscalizando o poder público”. Portanto, “a prestação de serviço deve ser o objetivo maior de uma imprensa local” (JÚNIOR, 2014, p.56).

Essa particularidade social do jornalismo regional promove principalmente vozes muitas vezes pouco representadas. A informação local é mais pluralista segundo Areal *apud* Correia e Camponez (2012, p.39-40), porque tem “A oportunidade de representar mais diretamente a sociedade, tanto as minorias quanto as maiorias, todos os grupos ou entidades sociais que não tem acesso a outros grupos comunicacionais”. Os autores também se debruçam sobre as características do jornalista para a formação dessa questão social do jornalismo local e regional.

O jornalista local é uma pessoa preocupada com as consequências do seu comentário; 2. É pouco dado à revelação de escândalos com o intuito de preservar as suas fontes de informação com as quais contacta todos os dias; 3. É um generalista sobre as questões da sua região; 4. É uma pessoa bem enraizada na sua região, mantendo um contato fácil com as pessoas; 5. É um narrador do cotidiano repetitivo; 6. Faz um jornalismo de "notáveis",

podendo ele próprio tornar-se num notável a prazo; 7. É um profissional mais sério e mais solidário com os seus colegas do que os seus congéneres da imprensa nacional (SAUVAGE *apud* CORREIA E CAMPONEZ, 2012, p.40).

Embora exista um consenso de que a proximidade com o público é benéfico para o jornalismo regional, outro tipo de proximidade com o poder público causa um certo desconforto ao exercício da função de noticiar, segundo alguns especialistas. Peruzzo *apud* Aguiar (2016) observa que é comum a existência de tratamento tendencioso e até de omissão de informações, caso sejam de encontro com as influências políticas e econômicas dos donos de veículos de comunicação. “Claro que não se trata apenas de um problema da imprensa regional, mas nela parece que essas relações se tornam mais explícitas, justamente porque as possibilidades de confronto entre o fato e a sua versão são mais fáceis de acontecer” (PERUZZO *apud* AGUIAR, 2016, p.35).

Queiroz e Oliveira (2004) indicam que muitos desses donos de mídias comunicativas regionais possuem mandatos eletivos ou possuem relações com governos locais que patrocinam a programação de emissoras com publicidades institucionais. Isso afeta e muito os critérios de noticiabilidade os transformando em “jornalismo declaratório” (grifo dos autores) quando apenas são replicados conteúdos neutros repassados pelas assessorias de imprensa dos poderes executivos, legislativos e demais órgãos públicos, empobrecendo a qualidade do jornalismo feito. Por consequência, esse tipo de colunismo social entra num círculo vicioso.

Como [mais adiante] o poder público se tornou num grande anunciante (prefeituras, governo do estado ou federal, com suas respectivas empresas e prestadoras de serviços), os jornais acabam tendo com o poder uma parceria misteriosa, ora defendendo as ações dos governos, ora atacando quando são preteridos nas grandes ondas de distribuição de dinheiro público para a imprensa. Trata-se de um círculo vicioso que tira, na mesma proporção, a credibilidade dos homens públicos e da imprensa, nos seus níveis, nacional, estadual ou local (QUEIROZ E OLIVEIRA, 2004, p.16).

No entanto, Cavalheiro *apud* Aguiar (2016, p.37) pondera que “há um setor crescente na opinião pública que encara mal os media que não questionam o poder”. Dessa forma, o autor acredita na grande profusão de veículos de comunicação transparentes e independentes do poder como única forma de criar uma opinião

pública que reforce cada vez mais uma dinâmica de desenvolvimento regional.

2.2. Linguagem X Telejornalismo

Do seu início até os dias de hoje, houve uma mudança significativa na linguagem no telejornalismo. Segundo Roldão (2003), entre as décadas de sessenta e setenta, os telejornais tinham muitos elementos utilizados nos programas de rádio com apenas um locutor lendo as notícias diante da câmera. Mesmo com algumas mudanças pontuais para a televisão, o estilo prevalecia parecido com a rádio. A partir da década de oitenta, começaram a ser implementadas mudanças e novas possibilidades. “Houve então, dentre outras mudanças, a introdução do repórter in loco complementando a fala formal do locutor” (RIBEIRO, 1988, p.2).

Ao longo do tempo a fala e a escrita no telejornalismo só se casou ainda mais. Isso porque de nada adianta bonitas imagens se o público não entende o que elas significam e por isso, nunca foi tão importante o jornalista saber escrever precisamente. De acordo com Yorke (1998 p.61), “Exige-se que o público entenda as questões políticas, sociais, econômicas e ambientais que afetarão profundamente a sua vida [...] Como repórter você fracassará se o que disser não for compreensível para pessoas comuns”. E para ser falado, também é necessário que o texto precise antes ser planejado, para o autor, na televisão o jornalista não pode falar de qualquer maneira.

No telejornalismo, a relação entre fala e escrita é muito próxima, podendo até significar uma relação entre as duas. A escrita que é transmitida através da oralidade, possui um planejamento, no entanto, é organizada já se pensando que a sua leitura poderá ser feita em voz alta e de uma forma que dê ao telespectador a impressão de que o interlocutor está conversando com ele. Para alcançar essa sensação de diálogo, a síntese e a escolha de cada palavra são fundamentais (ROLDÃO, 2003, p.118).

Yorke (1998, p.61) também coloca que a simplicidade na escolha de palavras é fundamental. Para ele, no telejornalismo “o objetivo principal é contar as histórias numa linguagem que seja precisa, clara, simples, direta e neutra”. Também

pode-se somar a isso “sempre que possível, testar se o público-alvo entendeu bem o texto antes e publicar ou falar” (FISCHER, 2018, p.14).

Baseado nesse processo da mensagem dita de maneira natural, é que Fischer (2018) trabalha a definição de linguagem simples. Assim, quando lemos um documento ou escutamos uma mensagem e conseguimos entender de forma fácil sem reler ou pedir para alguém repetir o que disse, estamos praticando a linguagem simples. “É importante lembrar que a linguagem simples não é uma linguagem informal! É possível escrever de forma simples e acessível seguindo as normas da língua portuguesa” (FISCHER, 2018, p.16).

Há uma outra característica importante da fala que é a entonação. Segundo Urbano (1999, p.131), a entonação ainda pode ser feita de maneira proposital ou natural. “Há na verdade textos escritos que se parecem com “falas”, dada a presença neles de marcas de oralidade e linguagem popular. Isso acontece, ou por ignorância e despreparo de quem escreve, em relação às normas da língua, ou por uma questão de estilo”. Seja como for, é importante a clareza na locução. Yorke (1998) propõe que uma boa voz depende da postura do corpo e um controle da respiração. Em todo o caso, o autor recomenda a procura por um fonoaudiólogo como objetivo de uma melhor preparação e investimento para a carteira do jornalista.

Como sabemos, a língua é viva e está em constante mudança. E em um país de grandes dimensões geográficas e culturais como o Brasil, cada região tem o seu modo de falar característico, ou seja, as suas próprias variações. Oliveira (2019, p.36) afirma que “as variações linguísticas estão relacionadas à adequação que o falante faz acerca das expressões utilizadas em seu discurso a fim de atender ao propósito da situação comunicativa o qual esteja inserido”. Dessa forma, a língua não é homogênea porque sempre sofrerá alterações de acordo com o contexto em que os indivíduos estão inseridos.

Essas sucessivas mudanças na maneira de falar, também estão ligadas a um sentimento de se comunicar melhor, além de dar um sentimento de pertencimento a um determinado lugar. De acordo com Bagno (2014, p.16), “se a língua está dentro de nós e se a língua é o ambiente social em que circulamos, não pode haver separação entre a linguagem e seu uso, entre quem fala e onde fala.”

Além disso, ele afirma que devemos observar as variações da língua para além das regras gramaticais, mas também por uma construção social.

A língua é uma instituição social, ela é parte integrante da vida em sociedade, por isso as mudanças que ocorrem na língua resultam da ação coletiva de seus falantes uma ação impulsionada pelas necessidades que esses falantes sentem de se comunicar melhor, de dar mais precisão ao que querem dizer, de enriquecer as palavras já existentes com novos sentidos (principalmente os sentidos figurados, metafóricos), de criar novas palavras para dar uma ideia mais precisa de seus desejos de interação, de modificar as regras gramaticais da língua para que novos modos de pensar e de sentir, novos modos de interpretar a realidade sejam expressos por novos modos de dizer (BAGNO, 2009, p.42).

Durante muito tempo, as redações não permitiam o uso de elementos da variação linguística como gírias, sotaques e expressões regionais. Por exemplo, o primeiro manual de telejornalismo criado pela Central Globo de Jornalismo em 1986, diz que o texto na televisão deve ser, claro, direto, simples e que tenha as virtudes da linguagem coloquial, mas sem o uso dela. O livro proíbe expressamente o uso de gírias. “As palavras e expressões de gíria, embora tenham o sabor coloquial, devem ser evitadas porque vulgarizam demais a linguagem” (MANUAL GLOBO DE TELEJORNALISMO, 1986, p.43-44).

Paternostro (1999) acrescenta que na TV, a linguagem deve parecer sempre familiar ao telespectador porque ele só irá ouvir o texto lido apenas uma vez. Por isso, para um maior grau de absorção, as palavras e estruturas de frases ditas devem sempre estar o mais próximo possível de uma conversa. A autora estimula esse uso de linguagem coloquial, mas também não recomenda o uso de gírias e expressões para ela o jornalista deve apenas entender o caráter de entendimento comum que esse tipo de prática comunicativa causa no telespectador.

As qualidades da linguagem coloquial passam a ser as exigências do texto jornalístico de TV. Mas, acima de tudo, é preciso levar em conta as regras e a obediência gramatical. A TV tem obrigação de respeitar o telespectador e transmitir informação em uma linguagem coloquial e correta. É preciso também ter muito cuidado com o uso da gíria, porque ela pode vulgarizar um texto e não ser bem compreendida. É preciso respeitar as regras. A busca do texto coloquial consiste em se encontrar um texto de entendimento comum para a mensagem que será transmitida (PATERNOSTRO, 1999, p.78).

Os manuais de redação, porém, não foram uma novidade no telejornalismo, na verdade, são regras vindas das redações norte-americanas. Melo (1985, p.132) declara que o jornalismo brasileiro “estruturou-se criativamente, absorvendo com seletividade os modelos que nos insinuaram ou nos impuseram, adquirindo feição diferenciada”. O autor também afirma que as redações brasileiras não devem se prender tanto aos manuais estadunidenses. “Em que pese o fato de que a influência norte-americana existiu e ainda existe na produção do telejornalismo brasileiro [...] deve ser considerada uma fonte fundamental nesse processo, mas não a única”. (MELO, 1985, p.132).

Roldão (2003) reitera que os manuais são importantes para as redações porque ajudam o jornalista a ter uma escrita dinâmica e uma fala melhor, mas não devem ser seguidos tão à risca. Isso se dá porque dependendo do momento da pauta de reportagem, a linguagem necessita de uma mudança. Por isso, a autora recomenda ter o famoso “bom senso”.

O texto dos telejornais é produzido de acordo com o que é mais adequado à situação, pensando-se primordialmente na sonoridade. No que se refere ao que consta nos manuais, o que se apresenta é a coadunação de suas regras, utilizadas em maior ou menor grau, a partir de uma série de variáveis como o estilo do repórter, o formato e o estilo do telejornal e o tema da reportagem [...] Nem todas as regras devem ser seguidas “ao pé da letra”. É preciso ter o que os editores chamam de “bom senso” (ROLDÃO, 2003, p.116-117).

O estilo do repórter, inclusive, é um dos principais motivos de que nenhum telejornal fique com o mesmo tipo de narrativa durante toda a sua duração. Segundo Squirra (1990, p.63-64), “sempre que um repórter relata um fato jornalístico estará inevitavelmente contando uma história sobre um ponto de vista particular, de acordo com os seus referenciais culturais, históricos e políticos”.

Além disso, as participações do público ao vivo diminuem essa linguagem tida como formal impressa nos manuais de redação. Isso faz também com que os apresentadores precisem sair do roteiro no teleprompter para interagir com os telespectadores. O âncora portanto deve criar uma relação com o telespectador, quase que amizade. Conforme explica Jaspers (1998, p.182), “o apresentador é o

hóspede do Telejornal: acolhe o telespectador no início do programa, e despede-se no fim, marca os encontros, baliza o telejornal com indicações práticas que permitem acompanhar e compreender melhor”.

Vale salientar que outras funções que fazem o telejornal ir ao ar podem fazer essa ponte com o público. Ou seja, “o apresentador não configura o único responsável pela articulação dos enunciados, há distintos atores da enunciação no telejornal. Por isso, também os apresentadores secundários, repórteres, comentaristas e personagens das matérias podem assumir essa função” (LIMA, 2016, p.83).

2.3. O Jornalismo como Infotainment

As opções de lazer da população mudaram muito nos últimos 100 anos. O que era um privilégio de poucos, passou a ser mais acessível principalmente com a modernização das mídias de comunicação. Debord (1997, p.14) indica que a espetacularização sempre esteve em nossa sociedade, para ele, “o espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e o seu instrumento de unificação”.

Hoje os meios de comunicação atendem aos anseios do público tanto para distração quanto para diversão, afirma Dejavite (2006). Ainda de acordo com a autora, até o surgimento do conceito de cultura de massa no século XIX, era a aristocracia que determinava o que poderia ou não ser consumido como cultura. A população, destinava-se à cultura popular (folclore, danças etc.), enquanto a elite dominava a cultura erudita (música clássica, literatura, teatro etc.). E com o desenvolvimento da mídia esses termos foram redefinidos.

Rosa Neto (1995, p.36) constata que “a mídia descende, certamente, de uma tradição de espetáculo, da arte e da recreação populares, cujos elementos mais remotos se encontram em festas, danças, ritos, cantos e representações dramáticas dos primitivos”. Logo, com a comunicação de massa, a maior parte da população começou a se relacionar melhor com a arte e os divertimentos.

A ascensão de consumo das tecnologias pela classe média fez com que as empresas jornalísticas iniciassem uma espécie de comércio da informação. Em decorrência disso. Dejavite (2006, p.67) aponta que “as notícias passaram a ser consumidas como mercadorias e ganharam um caráter mercantil (news as a commodity), porém sem perder a sua função social”. A autora ainda aponta que o ato de se informar é um impulso básico do ser humano, porque toda pessoa quer saber o que acontece em sua volta de maneira rápida e interativa.

O Receptor (com os seus novos princípios de receber a informação) exige que a notícia na atualidade - independentemente do meio em que estiver inserida - informe, distraia e também lhe traga uma formação sobre o assunto publicado. Esse tipo de conteúdo tem sido denominado de *notícia light*. Se as informações jornalísticas não tiverem essas características, não vão chamar a atenção da audiência. Por isso, mais do que um mero produto, tornaram-se um importante serviço. (DEJAVITE, 2006, p.68).

Segundo Tarruella e Gil (1997), a chamada notícia *light* baseia-se na interpretação ou até na recriação dos fatos, de uma maneira a entreter o leitor/espectador da melhor forma possível. Para isso, a linguagem utilizada se assemelha muito com a das telenovelas ou filmes. Os autores descrevem a notícia *light* a partir de três características:

Capacidade de distração - ocupa o tempo livre, para não aborrecer.
Espetacularização - estimula e satisfaz aspirações, curiosidades, ajuste de contas, possibilidades de extravasar as frustrações, nutre a imaginação.
Alimentação das conversas - facilita as relações sociais, oferecendo temas de conversação do dia-a-dia, como boatos e notícias sobre celebridades.
(TARRUELLA E GIL, 1997, p.196).

Cada vez mais se emprega tanto no jornalismo impresso quanto no audiovisual, esse tipo de combinação: Jornalismo e Entretenimento. Para tentar explicar o tema, profissionais e acadêmicos da área comunicacional passaram a empregar a expressão infotenimento. Esse neologismo é utilizado como sinônimo do jornalismo que combina informação, prestação de serviço e oferece divertimento ao receptor. “Seu conceito no jornalismo está dividido em duas categorias: [1] no aumento de elementos de entretenimento em gêneros de notícias informativas e [2]

na elevação e no estabelecimento de gêneros de infotimento existentes atualmente” (DEUZE, 2001, p.12).

Conforme afirma Dejavite (2006, p.72-73), “as matérias tidas como jornalismo de infotimento satisfazem nossas curiosidades, estimulam nossas aspirações, possibilidades de extravasar nossas frustrações e nutrem nossa imaginação”. Por exemplo, o entretenimento aborda os assuntos mais variados como gastronomia, moda, beleza, culinária, saúde, celebridades etc. Tudo isso atrai as pessoas a assistirem TV e lerem os jornais, revistas e sites.

Todavia, a autora alega que a adição do infotimento dentro das práticas jornalísticas, as tornaram tão unidas, que não se consegue mais separar. “A fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e a sobreposição é quase inevitável nos dias atuais. Nessa área, delimitar e distinguir o que significa entreter e informar não é tarefa fácil” (DEJAVITE, 2006, p.72).

Ramonet (1999, p.132-133) também vai de encontro com esse ponto. Segundo ele, “hoje em dia, informar é mostrar a história em curso, a história acontecendo, ou, em outras palavras, fazer o público assistir (se possível, ao vivo) aos acontecimentos. [...] Consequências: informação e divertimento tendem a confundir-se”.

Desse modo, o infotimento cria um dilema difícil para o jornalista, reflete Dejavite (2006). Para a autora, existe uma dualidade entre escolher noticiar acontecimentos que estejam entre as mais importantes do dia naquela edição ou simplesmente anunciar os fatos que chamem atenção, divirtam e mexam com as sensações das pessoas. Muitos dos telejornais atualmente buscam a segunda opção. Conforme explica Ramonet:

[...] os eventos produtores de imagens fortes - violência, guerras, catástrofes, sofrimentos de todo tipo - tomam, portanto a preeminência na atualidade: eles se impõem aos outros assuntos mesmo que, em termos absolutos, sua importância seja secundária. O choque emocional provocado pelas imagens da tevê - sobretudo aquelas de aflição, de sofrimento e de morte - não tem comparação com aquele que os outros meios podem provocar (RAMONET, 1999, p.27).

Por consequência, a notícia como infotimento pode evoluir para um tom sensacionalista e caricato, principalmente as relacionadas com violência e assuntos muito polêmicos e/ou curiosos perante a sociedade. Angrimani (1995, p.10), define o sensacionalismo como “tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento [...] E utilizando-se para isso de um tom escandaloso, espalhafatoso”.

Marcondes Filho *apud* Arbex Júnior (2001), explica que a necessidade do público em querer acompanhar as histórias que mexem com as emoções vem da cultura do consumo da telenovela. Assim, como as pessoas riem, choram, indignam-se, afligem-se e têm medo dos enredos de ficção, querem também sentir a mesma coisa, mas dessa vez com a realidade dos fatos. Isso porque o autor esclarece que:

A telenovela faz parte, domina, preenche o cotidiano das pessoas, e, na maioria dos casos, de forma mais rica, mais densa e emocionante do que a própria vida. A imediatividade deve-se ao fato dela estar assim “colada” ao cotidiano de cada um e substituir um convívio social que por uma série de fatores já não se dá mais, mas principalmente, por entrar para esse convívio através de uma familiaridade. É nessa familiaridade do dia-a-dia telenovelistico que garante e facilita a aceitação das pessoas. Mas a familiaridade em termos narrativos também está no fato da narrativa não introduzir uma subversão muito flagrante na sociedade; de ela sempre ser adorada por voltar sempre a modelos básicos, costumeiros e já digeridos dos receptores (MARCONDES FILHO *apud* ARBEX JÚNIOR, 2001, p.49).

A televisão foi um dos fatores que potencializaram esse desejo do público em acompanhar notícias de infotimento, por muitas vezes em tempo real e não mais com uma intermediação literária. “O rádio, o cinema e a televisão levaram gradualmente da distância que o leitor precisava guardar ante a letra impressa” (HABERMAS, 1984, p.201). O autor também menciona que esse tipo de informação traz ao espectador uma espécie de recompensa imediata.

Muitas vezes essa recompensa é apenas ter algo para consumir. De acordo com Dejavite (2006, p.76) “O consumo da mídia é feito sempre no tempo livre, assim, para o receptor, o entretenimento é simplesmente aquilo que entretém, vale dizer, a ausência de tédio. Basicamente a separação entre a informação e a diversão não tem sentido para o público”.

Dentro do telejornalismo local, o atual RN1 assume esse papel de entreter pensando no tipo de perfil de quem o acompanha todos os dias. Júnior (2014) define que o programa desde quando foi criado, é uma mistura de prestação de serviços e temas mais leves. Além da meta a ser alcançada todos os dias é tentar conversar com o telespectador. Afirma Júnior sobre o RN1:

O jornal é o único da emissora na hora do almoço, quando as famílias se unem para compartilhar assuntos em comum. O público é formado em sua maioria por mulheres, donas de casa. Por isso mesmo, existe a preocupação em levantar temas que interessam a elas. É comum vermos na primeira edição assuntos como moda, dicas de maquiagem, economia doméstica, saúde e qualidade de vida. Quando vir temas desse tipo sendo mostrados tenha certeza que foram produzidos pensando nelas e feitos para elas (JÚNIOR, 2014, p.44).

Por isso, o infotimento também ganha contornos de fidelizar e entrar no cotidiano das pessoas. Segundo Paulino (2015), a mídia possui um grande poder de influência na tomada de decisões e no modo de pensar de seus consumidores. Em consonância, Cunha (2007, p.2) enfatiza que “a sociedade moderna deu ao jornalismo um caráter comercial, ou seja, a informação é produzida e comercializada pela mídia como uma mercadoria e assim, consumida pela audiência.

CAPÍTULO 3 – A METODOLOGIA DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

A pesquisa foi desenvolvida através de uma Análise de Conteúdo. Bardin (2010) afirma que essa metodologia busca analisar algum tipo de mensagem contida em documentos de natureza homogênea, desde que sejam pertinentes aos objetivos da pesquisa. A autora também indica que esse tipo de procedimento já era utilizado nas primeiras tentativas da humanidade em interpretar os discursos presentes nos livros sagrados, em especial a bíblia. Mas só foi no final da década de 1920, que ela foi definida como um método de pesquisa. Dessa forma, Bardin (2010) conceitua a Análise de Conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2010, p.47).

Godoy (1995) reitera que a Análise de Conteúdo, segundo a perspectiva de Bardin (2010), pode se encaixar nas mais diversas formas de comunicação de qualquer natureza ou suporte. O pesquisador deve procurar entender características, estruturas e os modelos por trás dessas mensagens, além de se colocar no lugar do receptor para buscar outro significado possível dentro da comunicação.

Segundo Bardin (2010, p.95), “As diferentes fases da análise de conteúdo, tal como o inquérito sociológico ou a experimentação, organizam-se em torno de três polos cronológicos: “(1) a pré-análise; (2) a exploração do material; (3) o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação”. A primeira fase de pré-análise é a organização do esquema de trabalho propriamente dita. Deve-se fazer a escolha dos documentos a serem analisados, formular as hipóteses e os objetivos, além de elaborar indicadores que fundamentam a interpretação final.

A análise da linguagem coloquial simplificada empregada no telejornal RN1, a nossa pré-análise, se fez necessária para ajudar a entender os mecanismos que os jornalistas utilizam para chegar na população e fidelizar a sua audiência. Também se isso está relacionado com o processo de mistura da informação e entretenimento

da notícia. Além disso, se esses fatos foram responsáveis para as regras em relação ao uso de gírias e expressões regionais dos chamados manuais de redação serem flexibilizadas.

Para fazer a coleta de dados, Bardin (2010) recomenda que o pesquisador obedeça às regras de exaustividade (não omitir nada da comunicação); representatividade (a amostra deve estar dentro de um leque de possibilidades); homogeneidade (os dados devem ser do mesmo tema); pertinência (os documentos precisam adaptar-se ao conteúdo e objetivo da pesquisa) e exclusividade (um elemento só deve ser classificado em uma categoria).

A escolha da análise de conteúdo se deu pelo fato de atender as características de uma pesquisa do tipo exploratória. Isso porque se precisou fazer a observação de um estudo de caso para entendermos de forma geral o objeto da nossa pesquisa. E para que isso acontecesse, a análise de uma pequena amostragem delimitada dentro de um universo amplo de possibilidades, teve que ser feita. Gil (2008) descreve algumas características da pesquisa exploratória.

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso. Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, tornam-se necessários seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. (GIL, 2008, p.27).

Na fase seguinte da realização da análise de conteúdo, foi escolhida a técnica da semana construída. Franco (2010, p.16) afirma que esse tipo de metodologia consiste “em iniciar o trabalho de análise de notícias num determinado dia da semana e, na semana seguinte, dar-lhe sequência utilizando o dia posterior, e assim por diante até que todos os dias fossem analisados”. A escolha por esse tipo de método se justifica pela sua grande abrangência mesmo com uma pequena amostragem. Além de ser bastante utilizado em análises de produtos jornalísticos de acordo com Nodari *apud* Neto (2022).

Durante a pesquisa, se adotou uma abordagem qualitativa e quantitativa. Para tanto, na exploração do material, analisamos seis programas sobre o telejornal RN1 da Inter TV Cabugi no formato da semana construída. Para a coleta de dados, assistimos aos programas exibidos nos dias 23/05, 31/05, 08/06, 16/06, 24/06 e 02/07 do ano de 2022, as datas estão esquematizadas no quadro 1. Justificam-se essas datas pela época do ano em que estão inseridas, a das festas juninas, muito populares no nordeste e uma pauta sazonal para os telejornais locais do estado do Rio Grande do Norte.

Quadro 1 – Datas do recorte analisado do RN1

SEMANA CONSTRUÍDA	DIA DA SEMANA	DATA	TEMPO
1	Segunda-Feira	23/05/2022	01:05:33
2	Terça-Feira	31/05/2022	01:09:49
3	Quarta-Feira	08/06/2022	01:14:17
4	Quinta-Feira	16/06/2022	01:12:19
5	Sexta-Feira	24/06/2022	00:55:32
6	Sábado	02/07/2022	01:16:44

Fonte: Elaborado pelo autor com base nas amostras

Posteriormente, identificamos duas categorias de termos (gírias e vocabulários regionais) considerados informais no vocabulário dos jornalistas (apresentadores, co-apresentadores, comentaristas e repórteres) durante a apresentação do telejornal RN1. São consideradas como gírias, neologismos de maior abrangência territorial em relação as expressões regionais que são faladas em locais mais limitados. As definições completas estão no tópico 3.1 deste capítulo.

Essas duas categorias de palavras foram tabuladas em cada programa com o vocábulo ou expressão dita, quem foi que disse, o que significa e o contexto em que foi dita. Os quadros detalhando as falas se encontram nos apêndices da

pesquisa. Por fim, no tratamento dos resultados obtidos, fizemos uma reflexão sobre se a pesquisa atendeu aos objetivos e a hipótese.

Os significados das gírias e expressões regionais encontradas foram baseados em dois dicionários *online* de termos nordestinos do autor Gilberto Albuquerque, facilmente encontrados em uma pesquisa rápida pelo *Google*. O dicionário Aurélio também serviu de auxílio para a elaboração das explicações dos termos encontrados, tal qual o contexto em que a fala foi feita e o conhecimento de mundo do autor da presente pesquisa.

3.1. Definições: Gíria e Expressão Regionais

Nesta monografia os termos “gíria” e “expressão regional” (grifos do autor) foram entendidos como dois termos diferentes. Isso porque Bagno (1999) considera como gíria qualquer conjunto de unidades linguísticas como itens lexicais simples ou complexos, frases, interjeições etc., que caracterizam um determinado grupo social. Para o linguista as expressões regionais se apresentam como uma categoria dentro das gírias, com a diferenciação de que essas expressões representam regiões mais delimitadas, enquanto as gírias podem ser utilizadas de maneira mais ampla.

Da mesma forma, Ribeiro e Vidigal (2016, p.8) definem que o regionalismo oral é portanto “uma linguagem que se manifesta na língua, mas não influencia o valor fixo do idioma formal, ou seja, o significado das palavras. Assim podemos concordar que há assimilação da fala com uma identidade através de uma imagem conduzida pela socialização”. A catalogação da linguagem utilizada no telejornal RN1 levou em consideração essas definições. Portanto, para a realização da monografia, foram adotadas as propostas dos autores acima mencionados, tendo em vista as características do objeto empírico investigado e sua aproximação das ideias deles.

3.2. Apontamentos Sobre os Formatos do RN1

Durante a análise dos programas foi possível constatar alguns elementos do atual formato do RN1. Como por exemplo o fim da escalada padronizada e o apresentador em pé falando dos destaques do dia em um texto improvisado andando pelo estúdio. Ao vivo também se faz presente com os repórteres participando da escalada dando uma prévia do que vão falar posteriormente nos locais em que a notícia está acontecendo em tempo real. Esta nova prática social do telejornalismo (conforme mostra a imagem 1 abaixo) vem sendo denominada de ilustra, por se tratar de uma breve introdução ao assunto, como um *teaser*.¹

Imagem 1 – Apresentador e co-apresentadora do RN1



Fonte: *Print da tela do youtube*²

As reportagens factuais foram reduzidas dando lugar para assuntos especiais na reta final da edição, como prestação de serviços, matérias consideradas “frias” ou entretenimento. A estrutura dessas reportagens dá mais destaque as sonoridades dos entrevistados e os chamados planos-sequências dos repórteres *in loco* ao longo de todo o VT. Os *offs* que narram a matéria são usados em situações específicas. A última matéria gravada da edição é sempre com um tema considerado frio para o telejornalismo e de maneira descontraída realizada pela equipe de Mossoró. Podemos associar esse tipo de matéria com o infotainment pela capacidade de prender o espectador com elementos do humor e da linguagem simples.

É recorrente também a interação com o público através de mensagens lidas pela co-apresentadora pelo *Whatsapp*. Geralmente é ouvida a opinião do público

¹ No noticiário de televisão, o termo *teaser* é usado para definir a imagem de maior impacto de uma notícia e que é usada como chamada para o noticiário que irá ao ar mais tarde.

Disponível em: <https://dicionariodejornalismo.blogspot.com/2010/08/teaser.html>

² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JHoZRjhPd-4&t=3100s>

sobre o que foi exibido, porque a participação popular se tornou uma ferramenta de aproximação com o telespectador devido à crescente diminuição da audiência registrada nos últimos 20 anos. Além disso, são reverberados vídeos de denúncias enviados pelos moradores pedindo providências as autoridades públicas.

A participação dos telespectadores também é identificada na realização de pequenos desafios feitos pelo programa, como uma forma de mobilizar o telespectador por meio da participação. Outra estratégia utilizada pelo telejornal é a utilização de artes gráficas feitas com o mascote da emissora que aparecem na tela sem aviso prévio durante as reportagens, para mostrar a disponibilidade do personagem criado para interagir com o telespectador.

3.3. Linguagem do RN1 em Análise

A linguagem utilizada durante toda a exibição do telejornal RN1 de modo geral se parece como uma conversa ao público, com características de informalidade. Em todo o tempo, apresentadores e repórteres fazem questão de lembrar que estão falando para o telespectador através de termos lembrando uma coletividade. Em todas as edições analisadas isso foi percebido em termos como “minha gente”, “nós vamos”, “você vai acompanhar”, “nosso RN1”, “chegue junto” etc.

Também foram identificados em todas os programas vistos o uso de muitas palavras no diminutivo, principalmente por parte do apresentador, por exemplo em “belezinha”, “daqui a pouquinho”, “rapidinho”, “telinha”, “queridinho” etc. Além disso, sempre agradece a participação dos repórteres nos *links* com um “valeu”, fato esse que também se repetiu em muitas partes dos seis programas assistidos.

Alguns vícios de linguagem típicos de uma conversa íntima, foram percebidos, como o emprego do dispositivo “né” ao final das frases em vários momentos de todas as edições vistas. Por exemplo: o repórter Vinicius Marinho é chamado de “Vini”, já o repórter Pedro Trindade por “Pedrinho”, o apresentador Murilo Meireles torna-se “Murilão” e a repórter Isaiana Santos é carinhosamente apelidada de “Isa”, dentre outros.

Além da utilização de palavras tidas como gírias e de expressões tidas como regionais, que é o objeto de análise propriamente dita dessa pesquisa acadêmica. Na sequência apresentamos detalhadamente a análise da linguagem do apresentador, co-apresentador(a) e repórteres nos seis programas que compuseram a chamada semana construída, conforme quadro 1 já apresentado anteriormente.

3.3.1. Edição de 23/05/2022

O programa exibido em 23/05/2022, segunda-feira, o primeiro da semana construída, teve como destaque os as chuvas do fim de semana. Transtornos causados por alagamentos, buracos e árvores caídas foram abordados ao longo de todo o telejornal. Dificuldades da população para pegar o transporte público e crimes como arrombamento de banco e assassinatos também foram pauta do telejornal. A principal reportagem do dia foi a ida de uma repórter de Mossoró para conhecer a praia de Ponta Negra. Por lá, ela falou com os banhistas, turistas e vendedores de forma descontraída. Algumas ações dela como o fato de olhar a marca do bronzeado da banhista, passar protetor solar em um turista, entrar na água e vender mercadorias junto com os vendedores (imagem 2 abaixo), chamaram atenção.

Imagem 2 – Reportagem na praia de Ponta Negra exibida em 23/05/2022



Fonte: *Print* da tela do *youtube*³

Durante toda a exibição do telejornal, Foi identificado o uso de alguns termos como em “Não deu o Cabimento” que significa não ter coragem e “Com gosto de gás” que significa fazer algo com vontade, ditas pelo apresentador. “Dar um grau” que é uma espécie de manobra com um pneu só da moto, foi dita pela co-apresentadora. E “Arriar” que significa cair, “Buraqueira” que significa ter muitos buracos, “Lamaçal” que significa ter muita lama, “Bica” que é um outro nome para calha, “Açude” que é um outro nome para água represada, “Cinquentona” que

³ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JHoZRjhpD-4&t=3100s>

significa uma mulher mais velha, “Paquera” que é um outro nome para um relacionamento sem compromisso “Vixe” que é uma interjeição de surpresa, foram ditas pelos repórteres.

3.3.2. Edição de 31/05/2022

Na segunda edição seguinte analisada, a do dia 31/05/2022, terça-feira, o telejornal começou com uma pauta sobre furtos inusitados, como baldes, cadeiras e cadeados que apresentou de forma bem humorada uma reportagem sobre as peculiaridades desse tipo de delito, que podem ser caracterizados como notícia *light* já que esse tipo de pauta tem a capacidade de repercutir entre os telespectadores com o sentimento de indignação. Outro destaque, foi uma matéria sobre um menino que vendia balas, mas com o sonho de ser jogador de futebol. Tema esse que também tem o elementos da notícia *light* com o poder de repercutir principalmente pelas redes sociais. Informações sobre as ajudas do estado do Rio Grande do Norte as vítimas de chuvas em Pernambuco, uma pauta factual nesse dia. Um ao vivo com uma denúncia sobre a falta de gás em escola que fez com que alunos ficassem sem refeição e voltassem mais cedo para casa. E a reportagem especial sobre a vida na zona rural, com a participação dos telespectadores via *Whatsapp* mostrando como estão as suas plantações (destaque para a expressão regional “roçado” no gerador caracteres na imagem 3).

Imagem 3 – Telespectador participa pelo *Whatsapp* na edição de 31/05/2022



Fonte: *Print* da tela do *youtube*⁴

Ao longo do programa as expressões "Cismado" referente a desconfiado, "Emborcou" referente a capotar, "Aperreio" referente a passar dificuldades ou ter medo, "Debulhar" referente a descascar e "Roçado" referente a uma pequena plantação, foram faladas pelo apresentador. "Junho está botando o pezinho na roça"

⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=HIG_5AAU3oQ

referente ao mês de Junho já está chagando, "Bater aquele papo" referente a conversar, "Milho bonecando" referente ao milho maduro, "Bucho Cheio" referente a barriga cheia, "Arrasou" referente a chamar atenção, "Jerimum" o mesmo que abóbora, "Macaxeira" o mesmo que mandioca e "Resenha" referente a um episódio marcante, foram faladas pelo co-apresentador. "Simbora" o mesmo que vamos embora, "Varrer o Terreiro" referente a varrer o quintal, "Bocado" referente a muito, "Beiju" um prato típico a base de mandioca, "Anavantu", "Anarriê" e "Balancê", "palavras usadas em narração de quadrilhas juninas, foram faladas pelos repórteres.

3.3.3. Edição de 08/06/2022

No dia 08/06/2022, quarta-feira, o programa abordou boa parte do tempo sobre o tema da saúde. Pautas como alta na procura de testes por covid, aumento de casos e mortes pela doença, horários reduzidos em unidades de saúde e falta de internet em unidades de pronto atendimento, foram abordadas. Além de assuntos tidos como policiais: *blitz* da lei seca, roubo de joias, apreensões de drogas e acidentes no interior do estado. A matéria especial do dia foi sobre presentes do dia dos namorados (conforme imagem 4 acima).

Imagem 4 – Apresentador e co-apresentador no dia 08/06/2022



Fonte: *Print* da tela do *youtube*⁵

Nesse dia, o uso de palavras apresentador como "Rotear" que é um neologismo do ato de ceder internet de um aparelho eletrônico a outro, "Matar no peito" que é uma expressão trazida do futebol e utilizada para dar um deixa para alguém e "Pegou o beco" que quer dizer ir embora. O co-apresentador usou os termos, "Fazem o rapa" que quer dizer roubar ou tomar, "Ficantes" que é um relacionamento sem compromisso oficial, "Sombrinha" o mesmo que guarda-chuva,

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KPPKdR-IhOY>

"Pegou ar" que quer dizer ficar com raiva, "Fazer a feira" que quer dizer fazer as compras, "Desenrolado" que quer dizer esperto ou desinibido e "Cabra" que é referente a homem. E os repórteres utilizaram "Figuraça" que quer dizer pessoa engraçada e "Rebolar" no contexto de jogar fora, em seus vocabulários ao longo de toda a edição do RN1.

3.3.4. Edição de 16/06/2022

Em 16/06/2022, quinta-feira de *Corpus Christi*, o programa teve como destaque os tradicionais tapetes característicos do feriado (imagem 5). Os telespectadores de todo o estado mandaram fotos das confecções das peças como uma forma de participação efetiva no telejornal. O deslocamento da população para o interior pela rodoviária em virtude dessa data, além do movimento nas praias da capital e o reajuste no valor dos combustíveis também foram abordados. Ao fim, foi feito um *link* com uma das atrações do chamado "Mossoró Cidade Junina", no interior do estado.

Imagem 5 – Um dos *links* feito em 16/06/2022, feriado de *Corpus Christi*



Fonte: *Print* da tela do *youtube*⁶

A análise da íntegra desta edição possibilitou encontrar "Ficar no prego" que se refere a dar defeito, "Se correr o bicho pega, se ficar o bicho come" um ditado popular que se refere a sobre não ter o que fazer para sair de uma situação complicada, "Garotão" que se refere a um homem jovem e "Abuticou os olhos" que se refere a arregalar os olhos, proferidas pelo apresentador. "Com a mão na massa" que se refere a realizar algo com afinco, proferida pela co-apresentadora. E "Zuada" que se refere a barulho, "Show de bola" e "Tamo junto" que se referem a uma expressão de agradecimento, "Arrocha" que se refere a executar algo, "Junta" que se refere as articulações do corpo, "Aguar" que se refere a regar ou molhar,

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EaePnKIkSdo&t=4s>

"Imprensar" que se refere a amassar ou juntar e "Piseiro" que é um estilo de dança com elementos do forró, todas proferidas pelos repórteres.

3.3.5. Edição de 24/06/2022

O telejornal em 24/06/2022, sexta-feira, foi totalmente dedicado ao dia de São João. No estúdio foi recebido como convidado especial um professor de história que contou sobre a origem de várias tradições do São João. Outras pautas sobre o tema foram: Ônibus lotado decorado com bandeirinhas e forró ao vivo, o pau-de-sebo da princesa na cidade de Assú, as atrações do dia do São João de São Gonçalo do Amarante, a reta final do Mossoró cidade junina e a importância do milho dentro do São João. Temas abordados de maneira pontual: Queda de semáforo apagado que causou transtornos e uma explosão em posto de gasolina.

Imagem 6 – Início da edição de 24/06/2022, dia de São João



Fonte: *Print da tela do youtube*⁷

Excepcionalmente a edição desse dia foi um pouco menor, com cerca de vinte minutos a menos do tempo habitual. O apresentador usou palavras como “Look” que é relativo a roupa que a pessoa está vestindo e “Azogado” como sinônimo de desesperado. O professor de história convidado usou a expressão “É massa” sinônimo para algo agradável e bancana. A co-apresentadora falou “Matuta” relativo a pessoas nascidas no interior, podendo ser pejorativo ou não. Já os repórteres falaram os termos “Cangote” relativo a nuca e “Puxar o fole” relativo a tocar uma sanfona.

3.3.6. Edição de 02/07/2022

Por fim, o último programa analisado foi o de sábado dia 02/07/2022. Grande parte do programa foram abordadas as crateras abertas em virtude das chuvas do

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=kpcHvOKg7ZQ>

dia anterior, com repórteres ao vivo em diferentes bairros mostrando esse problema e conversando com moradores (imagem 7). Houve a previsão de mais chuvas, a visita de repórteres a casas alagadas e a repercussão da falta de abastecimento de água. Além de pautas consideradas mais frias como a homenagem a um poeta Mossoroense e a reportagem sobre um homem que vive como viajante em Ponta Negra.

Imagem 7 - Repórter ao vivo mostrando uma cratera aberta pela chuva em 02/07/2022



Fonte: *Print da tela do youtube*⁸

Em mais de uma hora e quinze minutos de programa, foi visto que o apresentador afirmou expressões como "Garoazinha" o mesmo que chuva fina, "O bicho pegou" termo popular para expressar uma Situação difícil, complicada ou perigosa, "Fez carreira" o mesmo que correr, "Desmantelamento" o mesmo que arruinado e desorganizado, "Metralha" o mesmo que pedras e "Gaitada" o mesmo que gargalhada. A co-apresentadora afirmou "Opa" que é uma interjeição de surpresa, "Zap" uma contração da palavra *Whatsapp* e "Mandar um alô" o mesmo que cumprimentar. E os repórteres afirmaram "Vira-lata" o mesmo que cachorro de rua, "Bike" o mesmo que bicicleta, "Emburacar" o mesmo que entrar sem pedir com licença e "Muriçoca" o mesmo que pernilongo ou mosquito.

3.4. Agrupando os Termos

Considerando todas as palavras encontradas durante a análise da semana construída das seis edições do RN1 de segunda a sábado, agrupamos e classificamos todas elas obedecendo os critérios dos autores utilizados para definir o

⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mSJ6VXzHcZ4>

que são gírias, conforme o quadro 2, e expressões regionais, conforme o quadro 3, e também nas reflexões do tópico 3.1 deste capítulo. Tudo isso está descrito a seguir.

Quadro 2 – Classificação das gírias

GÍRIA	SIGNIFICADO	FONTE
Buraqueira	Muitos buracos	Contexto da Fala
Lamaçal	Muita lama	Contexto da Fala
Cinquentona	Mulher mais velha	Contexto da Fala
Dar um grau	Espécie de manobra com um só pneu da moto	Contexto da Fala
Paquera	Flerte	Dicionário Aurélio
Arrasou	Acabou com tudo	Dicionário Aurélio
Bater aquele papo	Conversar	Contexto da Fala
Cismado	Desconfiado	Dicionário Aurélio
Emborcou	Virou, capotou	Dicionário Aurélio
Bocado	Muito	Dicionário Aurélio
Rotear	Neologismo sobre o ato de ceder internet a outro aparelho eletrônico	Contexto da Fala
Fazem o rapa	Roubar, Tomar	Contexto da Fala
Ficantes	Relacionamento sem compromisso oficial	Contexto da Fala
Matar no peito	Expressão do futebol que também serve para dar uma deixa pra fazer algo	Contexto da Fala
Se correr o bicho pega, se ficar o bicho come	Ditado popular sobre não ter o que fazer para sair de uma situação complicada	Contexto da Fala
Garotão	Homem jovem	Dicionário Aurélio
Figuraça	Pessoa engraçada	Contexto da Fala
Show de bola	Expressão de agradecimento	Contexto da Fala
Tamo Junto	Expressão de agradecimento	Contexto da Fala
Com a mão na massa	Realizar algo com afinco	Contexto da Fala
Juntas	Articulações do corpo	Dicionário Aurélio

<i>Look</i>	Roupa	Contexto da Fala
Opa	Interjeição de surpresa	Dicionário Aurélio
<i>Zap</i>	Contração de <i>Whatsapp</i>	Contexto da Fala
Garoazinha	Chuva fina	Dicionário Aurélio
O bicho pegou	Situação difícil ou perigosa	Contexto da Fala
Vira-lata	Cachorro de rua	Dicionário Aurélio
<i>Bike</i>	Bicicleta	Dicionário Aurélio

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Quadro 3 - Classificação dos termos regionais

EXPRESSÃO REGIONAL	SIGNIFICADO	FONTE
Não deu o Cabimento	Não teve coragem	Dicionário de Termos Nordestinos
Arriar	Cair	Dicionário Aurélio
Gosto de gás	Fazer algo com vontade	Dicionário de Termos Nordestinos
Bica	Calha	Dicionário Aurélio
Açude	Água represada	Dicionário de Termos Nordestinos
Vixe	Interjeição de surpresa	Dicionário de Termos Nordestinos
Pondo o pezinho na roça	Está chegando	Contexto da fala
Milho bonecando	Milho maduro	Contexto da fala
Bucho cheio	Barriga cheia	Dicionário de Termos Nordestinos
Simbora	O mesmo que vamos embora	Contexto da Fala
Varrer o Terreiro	Limpar o quintal	Dicionário de Termos Nordestinos
Beiju	Guloseima feita com massa de mandioca	Dicionário de Termos Nordestinos
Aperreio	Dificuldades, Medo	Dicionário de Termos Nordestinos

Debulhar	Descascar	Dicionário Aurélio
Roçado	Pequena plantação	Dicionário de Termos Nordestinos
Jerimum	Abóbora	Dicionário Aurélio
Macaxeira	Mandioca	Dicionário Aurélio
Resenha	Episódio que repercutiu	Dicionário de Termos Nordestinos
Anavantu	Palavra de narração de quadrilha junina	Dicionário de Termos Nordestinos
Anarriê	Palavra de narração de quadrilha junina	Dicionário de Termos Nordestinos
Balancê	Palavra de narração de quadrilha junina	Dicionário de Termos Nordestinos
Pegou o beco	Foi embora	Dicionário de Termos Nordestinos
Sombrinha	Guarda-chuva	Dicionário Aurélio
Pegou ar	Ficou com raiva	Dicionário de Termos Nordestinos
Fazer a feira	Fazer as compras	Contexto da Fala
Rebolar	Jogar fora	Dicionário de Termos Nordestinos
Desenrolado	Esperto, Desinibido	Dicionário de Termos Nordestinos
Cabra	Homem	Dicionário de Termos Nordestinos
Ficar no prego	Dar defeito	Dicionário de Termos Nordestinos
Abuticou os olhos	Arregalou os olhos	Dicionário de Termos Nordestinos
Zuada	Barulho	Dicionário de Termos Nordestinos
Arrocha	Executar algo	Dicionário de Termos Nordestinos
Aguar	Molhar, Regar	Dicionário Aurélio
Imprensar	Amassar, Juntar, Também pode ser relacionado a feriado prolongado	Contexto da Fala

Piseiro	Tipo de dança com elementos do forró	Contexto da Fala
É Massa	Agradável, Bacana, Bom, Bonito	Dicionário de Termos Nordestinos
Matuta	Pessoa nascida no interior	Dicionário de Termos Nordestinos
Azogado	Desesperado	Dicionário de Termos Nordestinos
Cangote	Nuca	Dicionário de Termos Nordestinos
Puxar o fole	Tocar sanfona	Contexto da Fala
Fez carreira	Correr	Dicionário de Termos Nordestinos
Desmantelamento	Arruinado, Desorganizado	Dicionário de Termos Nordestinos
Metralha	Pedras	Contexto da Fala
Mandar um alô	Cumprimentar	Contexto da Fala
Gaitada	Gargalhar	Dicionário de Termos Nordestinos
Emburacar	Entrar sem pedir com licença	Dicionário de Termos Nordestinos
Muriçoca	Mosquito, Pernilongo	Dicionário de Termos Nordestinos

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Podemos perceber que houve um uso de 73 termos nos seis programas analisados. A maior parte, 47 termos ou 64,38%, foram de expressões regionais. Já as gírias foram ditas 26 vezes, ou 35,62%. Quando juntamos esses dois tipos de linguagens, fora dita pelos repórteres do programa com 31 termos, ou 42,47%, seguido do apresentador, com 23 termos, ou 31,51%, e dos co-apresentadores do dia, com 19 termos, ou 26,02%.

Vale destacar também que tanto o apresentador quanto os co-apresentadores falaram gírias e expressões regionais totalmente no ao vivo. Para os repórteres das 31 vezes em que foram proferidas gírias e expressões regionais, 19 delas, ou 61,29%, foram dentro das reportagens gravadas (isso inclui *offs*,

passagens, perguntas e planos-sequência⁹). O restante, 12 vezes, ou 38,71%, apareceram durante os *links*.

Ao vermos todos esses dados fica nítido o quanto os chamados manuais de redação e/ou recomendações da TV Globo, que proíbem gírias e expressões regionais, não mais influencia a linguagem jornalística do RN1. Nos dias de hoje, as emissoras locais estão com uma melhor autonomia para definir suas pautas e de que forma elas são apresentadas aos telespectadores.

Em detrimento a isso, a consulta do público através de pesquisas de mercado é essencial para entender suas preferências. O atual modo de falar dos apresentadores e repórteres durante o RN1, não veio por acaso. Isso porque o telejornal era percebido como um programa que não era voltado para a classe C e precisou adequar a linguagem a do público local para reconquistar essa audiência perdida.

⁹ Plano-sequência é um *take* único em que a ação se desenvolve de forma fluida, sem cortes.
Disponível em: <https://www.omelete.com.br/oscar-2021/oscar-2020-1917-plano-sequencia-entenda>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O uso de gírias e expressões regionais durante a exibição do telejornal RN1 foi percebida em todos os programas analisados para a elaboração da referida pesquisa acadêmica. Mas, ao contrário da hipótese inicial, a adoção desses tipos de fala no vocabulário dos apresentadores e repórteres se faz presente independente da pauta apresentada no telejornal, como prestação de serviços, denúncias, pautas policiais e principalmente nas notícias *light*, conceito apresentado na monografia através de Dejavite (2006).

Com a repercussão dos acontecimentos cada vez mais de maneira instantânea, a participação do público através dos aplicativos de mensagens contribui para que a linguagem do programa lembre uma conversa íntima entre amigos, dessa forma o uso de gírias e expressões regionais é inevitável. Esse fato também é percebido quando os jornalistas (apresentador, co-apresentadores e repórteres interagem entre si).

Essas novas práticas dentro do telejornalismo caracterizam o conceito da chamada linguagem simples defendida por Fischer (2018) e explicada no capítulo referente a fundamentação teórica da monografia. Da mesma forma que não existe jeito certo ou errado de falar, tendo em vista que esses tipos de fala são replicadas por um grupo de pessoas, caracterizando uma região, como defende o linguista Bagno (2009). Porém é importante levantar que esse recurso não for usado de maneira agregadora, a notícia pode perder espaço para essa coloquialidade em excesso.

Para conquistar a audiência e a fidelidade de um determinado público, nada melhor do que falar igual a ele. Dessa forma, consideramos que a aplicação de gírias e expressões regionais no vocabulário dos jornalistas do telejornal RN1, é uma estratégia para angariar mais público que vem sendo perdido tanto para a internet quanto para outras emissoras da televisão local com programas semelhantes. Além tentar mostrar um diferencial com conteúdo direcionado ao seu público-alvo, como afirma Júnior (2014).

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Sônia. **Territórios do Jornalismo: Geografias da mídia local e regional do Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2016.

ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995.

ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo – a notícia como espetáculo**. 1ª ed. São Paulo: Casa Amarela, 2001.

AREAL, Manuel Fernández. El Público en los medios locales de comunicación. In: **Estudios de Periodística - Número especial dedicado al periodismo local**, Pontevedra, Diputación de Pontevedra, 1997.

BAGNO, Marcos. **Língua, linguagem, linguística: pondo os pontos nos ii**. São Paulo: Parábola Editorial, 2014.

_____. **Não é errado falar assim! Em defesa do português brasileiro**. 2.ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

_____. **Preconceito Linguístico. O que é, Como se faz**. 49ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 70ª ed. São Paulo: Persona, 2011.

BECKER, Beatriz. **A Linguagem do Telejornal: Um Estudo da Cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil**. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

BISTANE, Luciana; BACELLAR, Luciane. **Jornalismo de TV**. 1ª ed., São Paulo: Contexto, 2005.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidades e distanciação. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos. **Ágora Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades**. Covilhã: LabCom Books, 2012. P. 35-47.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha. **Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica**. Centro Universitário Toledo, Santos, 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0787-1.pdf> >. Acesso em junho de 2022.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEJAVITE, Fábila Angélica. **INFOtenimento: Informação+Entretenimento no Jornalismo**. 1ª ed. São Paulo: Paulinas, 2006.

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. **Cidade e indústrias de mídia: distinções entre metrópole e interior**. In: Anais do XIII Simpósio Nacional de Geografia Urbana. Rio de Janeiro: UERJ, 2013.

DEUZE, Mark. Educating “New” Journalists: challenges to the curriculum. In: **Journalism & Mass Communication Educator**. V.56, n.1, p.4-17, spring, 2001.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário da língua portuguesa. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010.

FISCHER, Heloisa. **Clareza em textos de e-gov, uma questão de cidadania**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Com Clareza, 2018.

FRANCO, Sandra Lia Rodrigues. O estudante universitário e as notícias da mídia impressa. **Comunicação e Sociedade**. a.32, n.54. São Paulo: 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1299-1.pdf>> Acesso em maio de 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. Revista de Administração de Empresas, v. 35, n.2, p.57-63, 1995.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma sociedade burguesa**. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1984.

JASPER, Aline. **Marcas de um jornalismo regional: Identidade cultural Gaúcha nos diários Paranaenses**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, p.145. 2016. Disponível em: <<https://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/56>> Acesso em maio de 2022.

JESPERS, Jean Jaques. **Jornalismo televisivo**. Coimbra: Minerva, 1998.

JUNIOR, Francisco. **RNTV: A notícia no ar**. 1ª ed. Natal: 2014.

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. SILVA, Luciana Salviano Marques. **Os Caminhos da TV no RN: uma análise do conhecimento existente sobre a história da TV potiguar**. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2016; UFPE – Caruaru/PE. Disponível em: <<https://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-2010-1.pdf>> Acesso em maio de 2022.

LIMA, Luísa Abreu. **A linguagem do telejornal: um estudo sobre os seus modos de organização a partir dos principais telejornais da Rede Globo**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Centro de Artes e Comunicação. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, p.251. 2016. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/31966>> Acesso em maio de 2022.

LIMA, Maria Érica de Oliveira. Regionalização midiática: conceitos e exemplos. In: MARÇOLLA, Rosângela; OLIVEIRA, Roberto Reis (org). **Estudos da Mídia Regional Local e Comunitária**. São Paulo: Arte&Ciência, 2008. P. 43-75.

MAIA, Aline Silva Corrêa. **O Telejornalismo no Brasil na Atualidade: Em Busca do Telespectador**. In: XVI CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 2011, São Paulo. Anais Eletrônicos. São Paulo: Fecap, 2011. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf>> Acesso em maio de 2022.

MANUAL GLOBO DE TELEJORNALISMO. Rio de Janeiro, Rede Globo: 1986.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. 1ª ed. São Paulo: Moderna, 1988.

MELO, José Marques. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MUNHOZ, Eliane Regina. **A Rede Globo de Televisão no território Brasileiro através do sistema de emissoras afiliadas**. Tese (Doutorado em Geografia) – Departamento de Geografia. Universidade de São Paulo. São Paulo, p.156, 2008. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-04112009-151837/publico/ELIANE_REGINA_MUNHOZ.pdf> Acesso em maio de 2022.

NETO, Luís Boaventura de Andrade. **A produção de notícias em formato híbrido no telejornalismo de rede da TV Globo**. Tese (Doutorado em Jornalismo e Estudo da Mídia) – Universidade Fernando Pessoa. Porto, p.395, 2022.

OLIVEIRA, Teresa Cristina Nunes. **A variação linguística no gênero tirinha: Uma proposta de intervenção nas aulas de língua portuguesa no ensino fundamental ii**. Dissertação (Mestrado em Letras) – Departamento de letras do CERES, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Currais Novos, p.115. 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/28320>> Acesso em maio de 2022.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 1.ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PAULINO, Fernando Oliveira. **Ética, responsabilidade e qualidade do jornalismo: como experiências internacionais podem ser úteis para práticas brasileiras**. ANÁLISE Nº 11/2015. FRIEDRICH EBERT STIFTUNG BRASIL. 2015.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Mídia Regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação&Sociedade**, São Bernardo do Campo, a.26, n.43, p. 67-84, 2005.

RAMONET, Ignácio. **A tirania da comunicação**. 1ª ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

REUTERS, Institute for the study of journalism. **Digital News Report 2021**. 10ª ed. Oxford: University of Oxford, 2021.

RIBEIRO, Juliana Colussi. **Da política ao debate: jornalismo regional e espaço público**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt>>. Acesso em maio de 2022.

RIBEIRO, Mariana de Souza Brasil; VIDIGAL, Alex. **Imaginário do regionalismo oral no Cinema da Retomada**. In: XVIII CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 2016, Goiânia. Anais Eletrônicos. Goiânia: Intercom, 2016.

Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0151-1.pdf>> Acesso em: junho de 2022.

RIBEIRO, Sônia. **A linguagem coloquial no telejornalismo: marcas e variações**. Dissertação (Mestrado em Letras) – Departamento de Letras, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 1988.

ROLDÃO, Ivete Cardoso do Carmo. A linguagem oral no telejornalismo brasileiro. **Resgate: Revista Interdisciplinar de Cultura**, Campinas, v.11, n.1, p.115-122, 2006. Disponível em:

<<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/resgate/article/view/8645605>>

Acesso em maio de 2022.

ROSA NETO, Antônio. **Atração Global: A Convergência da Mídia e Tecnologia**. São Paulo: Makron Books, 1995.

SANTOS, Alisson Campos; HOLANDA, Juliana Sampaio Pedrosa. Das retransmissoras à TV Cabugi: os primeiros anos da Rede Globo no Rio Grande do Norte. In: Kneipp, Valquíria (Org.) **Trajetória da Televisão no Rio Grande do Norte: Fase Analógica**. Natal: Edufrn, 2017. p. 172-193.

SAUVAGE Christian. **Journaliste: une passion, des métiers**, Paris, Centre de Formation de Perfectionnement des Journalistes, s.d.

SOUSA, Jorge Pedro. Comunicação regional e local na Europa Ocidental: os casos português e galego. **Anuário UNESCO/UMESP de comunicação**, São Bernardo do Campo: UMESP, a.7, n.7, p.83-127, 2004.

SPINELLI, Egle Müller. **Jornalismo Audiovisual: Gêneros e Formatos na Televisão e Internet**. Disponível em Revista ALTERJOR, v.2, n.6, São Paulo: ECA-USP, p.1-15, 2012.

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo – Produção e Técnica**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

TARRUELLA, Ramón Massó; GIL, Joaquín García-Lavernia. 1ª ed. **Notícias frente a hechos: Entender ó realidad después de leer s periódicos**. Barcelona: CIMS, 1997.

URBANO, Hudinilson. Variedades de planejamento no texto falado e escrito. In: PRETI, Dino (org.) **Estudos da Língua Falada: Variações e Confrontos**. São Paulo: Humanitas, FFLCH/USP, 1999, p.131-151.

YORKE, Ivor. **Jornalismo diante das câmeras**. 1.ed. São Paulo: Summus, 1998.

_____. **Telejornalismo**. 4.ed. São Paulo: Roca, 2007.

Dicionários Online de Termos Nordestinos de Gilberto Albuquerque:

ALBUQUERQUE, Gilberto. Dicionário de Termos Nordestinos. **Jessier Quirino**, 2008. Disponível em:

<<http://www.jessierquirino.com.br/site/wp-content/uploads/2013/06/dicionario.pdf>>

Acesso em Junho de 2022.

DICIONÁRIO DE TERMOS NORDESTINOS – GILBERTO ALBUQUERQUE.

Poemia, 2008. Disponível em:<<https://poemia.wordpress.com/2008/09/24/dicionario-de-termos-nordestinos-gilberto-albuquerque/>> Acesso em Junho de 2022.

ANEXO

Pesquisa *Digital News Report 2021* referente ao Brasil

Reuters Institute for the Study of Journalism / Digital News Report 2021

BRAZIL

STATISTICS

Population	211m
Internet penetration	71%



Brazil has been among the nations worst affected by

Coronavirus – with the second highest death toll after the US by early 2021. The media have been highly critical of far-right President Jair Bolsonaro's handling of the crisis, which included a series of false statements about a disease he has described as 'a little flu'. The media have, however, also come under attack.

Brazil's most influential newspapers, including *O Globo*, *Folha de S. Paulo*, and *O Estado de S. Paulo*, criticised Bolsonaro's repeated statements which downplayed the pandemic. In particular they highlighted his COVID scepticism, his prioritising of the Brazilian economy over social distancing, and the federal government's delay in ordering vaccines.

Free-to-air TV networks – still very popular – have been split on the issue. Some, like Rede TV and Record TV, seem to be more positive towards the administration. But *Globo*, the largest TV broadcaster, has strongly made the case for following WHO recommendations. The press generally supports following a scientific approach.

The president has made misleading claims about Coronavirus and treatments, including promoting hydroxychloroquine which he said helped cure him, and he has also criticised mask-wearing. In November he stated he would not take any vaccine.⁵⁸ More than 400,000 Brazilians had died by May 2021.

In March, Twitter removed two of the president's posts which included videos where he could be seen walking among dozens of supporters and attacking stay-at-home measures. The company said the videos violated its rules. The next

day, Facebook and Instagram removed similar posts – Mark Zuckerberg said it was an example of Facebook removing false information. By 13 April 2021, *Aos Fatos* (To the Facts), an independent fact-checking agency, said it had identified 2,805 false or misleading statements made by President Bolsonaro during his 833 days in office. The president has also attacked the press aggressively. A report by the National Federation of Journalists in January 2021 blamed his rhetoric for a rise in attacks on journalists. In 2020 it counted 428 verbal and physical assaults, including two homicides – the highest number since the early 1990s. The president himself was responsible for 175 of the verbal attacks, it said.⁵⁹

The Brazilian Association of Radio and Television Broadcasters said a survey had found 7,900 posts were being published online every day which contained derogatory language towards the press. Reporters Without Borders said that Bolsonaro, along with his relatives and some government officials, had created an atmosphere of 'hatred and distrust toward journalism in Brazil.

COVID-19 hit the advertising market hard, and seems to have accelerated the migration to digital platforms. Overall circulations of the ten best-selling newspapers fell by 9.2%, but the digital proportion of their readership rose to 64% in the first half of 2020. Virtually all papers have tightened their paywalls, but many have also been offering digital subscriptions at significant discounts. The shift might also have something to do with readers being concerned – at least in the early stages of the pandemic – about the risk of infection from paper. *O Globo* reassured readers that this was unlikely if simple hygiene measures, such as washing hands, were taken.

Commercial television broadcasters are still the main force in the country's media landscape but have continued to lose ground to social media as a source of news. Free-to-air TV's share of the advertising market remained stable at 51.9% but Brazilians are showing themselves unwilling to pay for online news, and paid TV lost more than 800,000 subscribers as the trend of cord-cutting continued⁶¹.



Conversely, streaming services, led by Netflix, had a boom year as people spent more time at home. Leading TV station *Globo*, which in 2015 launched its own streaming service, *Globoplay*, showing a combination of telenovelas, sport, and international programming, has now introduced more than 80 of its podcasts onto the platform as it extended into audio. It also announced partnerships with independent content producers to diversify its podcast portfolio.

A significant investment came with the launch of the Brazilian version of CNN as a paid 24-hour news channel. The Atlanta-based network licensed its brand to a new Brazilian company led by journalist Douglas Tavoraro and billionaire entrepreneur Rubens Menin, which at launch said it would be hiring 400 journalists around the world. Almost all of its programmes are Brazilian-made. Tavoraro left the venture after 12 months.

Rodrigo Carro

Financial journalist and former Reuters Institute Journalist Fellow

⁵⁸ <https://www.reuters.com/article/us-brazil-bolsonaro-vaccine-idUSKBN2N2094L>

⁵⁹ <https://latamjournalismreview.org/articles/attacks-journalists-brazil-2020-bolsonaro/>

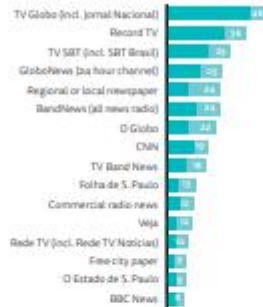
⁶¹ www.telereco.com.br

WEEKLY REACH OFFLINE AND ONLINE

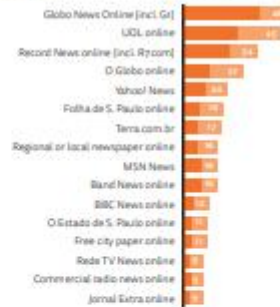
TOP BRANDS
% Weekly usage

- Weekly use TV, radio & print
- More than 3 days per week TV, radio & print
- Weekly use online brands
- More than 3 days per week online brands

TV, RADIO AND PRINT



ONLINE

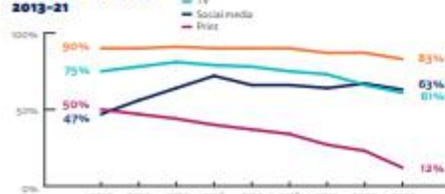


METHODOLOGY NOTE

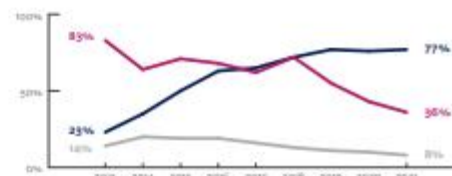
In 2021 we changed the panel providers for our online survey in Brazil as part of continued efforts to make our data as accurate as possible. Although we have used the same quotas on age, gender, and region, attempts to interpret change from 2020 to 2021 should be avoided. See Methodology on p. 6 for further information.

17% pay for ONLINE NEWS

SOURCES OF NEWS 2013-21



DEVICES FOR NEWS 2013-21*



*2018 figures for computer use were likely overstated due to an error in polling

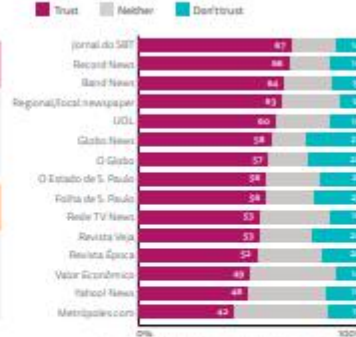
TRUST

The uncertainty brought by the health crisis apparently strengthened people's appetite for reliable information. Overall trust in the news is relatively high by international standards with trust much lower in news published on social media. TV brands tend to be most trusted along with local and regional newspapers.

DIFFERENT TYPES OF TRUST



BRAND TRUST SCORES



Scale: 1 = no brand at all to 100 = complete Don't trust 0 = Neither + 5. Those that have 0 trust of each brand were excluded. Only 10-15% of brands were included in the survey so should not be treated as a list of the most trusted brands.

TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING

Rank	Brand	For News	For All	Rank	Brand	For News	For All
1	Facebook	47%	(-7) 72%	4	Instagram	30%	(-) 61%
2	WhatsApp	43%	(-5) 80%	5	Twitter	12%	(-5) 23%
3	YouTube	39%	(-6) 77%	6	Facebook Messenger	11%	(-2) 35%

47% SHARE NEWS via social, messaging or email

APÊNDICES

Quadros com as análises detalhadas de todos os 6 programas

Quadro 4 – Análise da linguagem na edição de 23/05/2022

DATA	GÍRIA E/OU EXPRESSÃO REGIONAL DITA	QUEM DISSE?	SIGNIFICADO	CONTEXTO EM QUE FOI DITO	TIPO
23/05	Não deu o Cabimento	Apresentador	Não teve coragem	Apresentador crítica à falta de resposta do poder público	Vivo
23/05	Arriar	Repórter	Cair	Repórter fala sobre a queda de uma árvore	VT
23/05	Buraqueira	Repórter	Muitos buracos	Repórter mostra os buracos abertos pela chuva	Vivo
23/05	Lamaçal	Repórter	Muita lama	Repórter mostra a lama feita pela chuva	Vivo
23/05	Gosto de gás	Apresentador	Fazer algo com vontade	Apresentador elogia a produtividade da produção do programa	Vivo
23/05	Bica	Repórter	Calha	Pauta sobre chuvas no interior do estado	VT

23/05	Açude	Repórter	Água em forma de represa	Pauta sobre chuvas no interior do estado	VT
23/05	Cinquentona	Repórter	Mulher mais velha	Repórter entrevista uma mulher na casa dos 50 anos na praia	VT
23/05	Paquera	Repórter	Flerte	Repórter faz pergunta sobre relacionamento a uma mulher na praia	VT
23/05	Vixe	Repórter	Interjeição de surpresa, contração de Virgem Maria	Repórter se surpreendeu com os preços dos quiosques da praia	VT
23/05	Dar um grau	Co-apresentadora	Espécie de manobra com um pneu só da moto	Alerta sobre essa prática ser uma infração de trânsito	Vivo

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Quadro 5 - Análise da linguagem na edição de 31/05/2022

DATA	GÍRIA E/OU EXPRESSÃO REGIONAL DITA	QUEM DISSE?	SIGNIFICADO	CONTEXTO EM QUE FOI DITO	TIPO
31/05	Junho está botando o pezinho na roça	Co-apresentador	Chegar, Se aproximar	Co-apresentador fala sobre a chegada do mês de junho	Vivo

31/05	Bater aquele papo	Co-apresentador	Conversar	Co-apresentador fala sobre os perigos dos assaltos fora de casa	Vivo
31/05	Milho bonecando	Co-apresentador	Milho maduro	Co-apresentador fala das plantações de milho do estado	Vivo
31/05	Cismado	Apresentador	Desconfiado	Apresentador fala sobre a falta de boas ações nos dias de hoje por desconfiança das pessoas	Vivo
31/05	Emborcou	Apresentador	Capotou	Apresentador chama reportagem sobre o capotamento de um carro	Vivo
31/05	Aperreio	Apresentador	Dificuldades, Medo	Apresentador fala dos desafios de se viver na cidade grande comparando com a zona rural	Vivo
31/05	Bucho Cheio	Co-apresentador	Barriga cheia	Co-apresentador fala da fartura da mesa apresentada uma reportagem	Vivo
31/05	Simbora	Repórter	Vamos	Repórter começa a	VT

				reportagem em cima de uma carroça	
31/05	Varrer o Terreiro	Repórter	Limpar o quintal	Repórter faz pergunta a uma dona de casa	VT
31/05	Bocado	Repórter	Muito	Repórter pergunta sobre a safra do milho a um agricultor	VT
31/05	Beiju	Repórter	Guloseima feita com massa de mandioca	Repórter pergunta qual é a receita do prato	VT
31/05	Debulhar	Apresentador	Descascar	Apresentador fala que sabe descascar o milho	Vivo
31/05	Arrasou	Co-apresentador	Acabou com tudo	Co-apresentador elogia a roupa de uma telespectadora	Vivo
31/05	Roçado	Apresentador	Pequena plantação	Apresentação pede fotos dos telespectadores sobre como está a plantação	Vivo
31/05	Jerimum	Co-apresentador	Abóbora	Co-apresentador repercute as fotos das plantações dos telespectadores	Vivo
31/05	Macaxeira	Co-apresentador	Mandioca	Co-apresentador repercute as	Vivo

				fotos das plantações dos telespectadores	
31/05	Resenha	Co-apresentador	Episódio que repercutiu	Co-apresentador lembra de uma reportagem de edição anterior	Vivo
31/05	Anavantu	Repórter	Palavra de narração de quadrilha junina	Repórter improvisa uma quadrilha com alguns entrevistados	VT
31/05	Anarriê	Repórter	Palavra de narração de quadrilha junina	Repórter improvisa uma quadrilha com alguns entrevistados	VT
31/05	Balancê	Repórter	Palavra de narração de quadrilha junina	Repórter improvisa uma quadrilha com alguns entrevistados	VT

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Quadro 6 - Análise da linguagem na edição de 08/06/2022

DATA	GÍRIA E/OU EXPRESSÃO REGIONAL DITA	QUEM DISSE?	SIGNIFICADO	CONTEXTO EM QUE FOI DITO	TIPO
08/06	Rotear	Apresentador	Neologismo que remete ao ato de ceder internet a outro aparelho eletrônico	Apresentador fala sobre falta de vacinas em unidade de saúde tem relação com a	Vivo

				falta de sinal de internet	
08/06	Fazem o rapa	Co-apresentador	Roubar, tomar	Co-apresentador descreve ação de assaltantes que furtaram uma loja de bicicletas	Vivo
08/06	Ficantes	Co-apresentador	Relacionamento sem compromisso oficial	Co-apresentador comenta notícia sobre presentes do dia dos namorados	Vivo
08/06	Matar no peito	Apresentador	Expressão do futebol que também serve para dar uma deixa pra fazer algo	Apresentador fala de maneira descontraída com o co-apresentador	Vivo
08//06	Pegou o beco	Apresentador	Foi embora	Apresentador fala sobre notícia de motoristas que esse recusam a fazer o teste do bafômetro	Vivo
08/06	Sombrinha	Co-apresentador	Guarda-chuva	Co-apresentador fala de chuvas	Vivo
08/06	Figuraça	Repórter	Pessoa engraçada	Repórter se lembra de um entrevistado	Vivo

08/06	Pegou ar	Co-apresentador	Ficou com raiva	Co-apresentador fala de presentes ruins do dia dos namorados	Vivo
08/06	Fazer a feira	Co-apresentador	Fazer as compras	Co-apresentador fala sobre o poder de compra da população	Vivo
08/06	Rebolar	Repórter	Jogar fora, atirar	Repórter faz pergunta sobre presente ruim do dia dos namorados	VT
08/06	Desenrolado	Co-apresentador	Esperto, Desinibido	Co-apresentador comenta sobre um entrevistado da reportagem	Vivo
08/06	Cabra	Co-apresentador	Homem	Co-apresentador lê mensagens do público	Vivo

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Quadro 7 - Análise da linguagem na edição de 16/06/2022

DATA	GÍRIA E/OU EXPRESSÃO REGIONAL DITA	QUEM DISSE?	SIGNIFICADO	CONTEXTO EM QUE FOI DITO	TIPO
------	------------------------------------	-------------	-------------	--------------------------	------

16/06	Ficar no prego	Apresentador	Dar defeito	Apresentador critica aumento no preço dos combustíveis	Vivo
16/06	Se correr o bicho pega, se ficar o bicho come	Apresentador	Ditado popular sobre não ter o que fazer para sair de uma situação complicada	Apresentador critica aumento no preço dos combustíveis	Vivo
16/06	Garotão	Apresentador	Homem jovem	Apresentador elogia um repórter	Vivo
16/06	Abuticou os olhos	Apresentador	Arregalar os olhos	Apresentador fala sobre a co-apresentadora	Vivo
16/06	Zuada	Repórter	Barulho	Repórter entrevista pessoas na rodoviária que irão para o interior no feriado	VT
16/06	Tamo Junto	Repórter	Expressão de agradecimento	Repórter agradece o entrevistado em um link ao vivo	Vivo
16/06	Show de bola	Repórter	Expressão de agradecimento	Repórter agradece o entrevistado em um link ao vivo	Vivo
16/06	Arrocha	Repórter	Executar algo	Repórter pede para os músicos cantarem	Vivo

16/06	Com a mão na massa	Co-apresentadora	Realizar algo com afinco	Co-apresentadora fala dos tapetes de <i>Corpus Christi</i> enviados pelo público	Vivo
16/06	Junta	Repórter	Articulações	Repórter acompanha produção dos tapetes de <i>Corpus Christi</i>	VT
16/06	Aguar	Repórter	Regar, Molhar	Repórter acompanha produção dos tapetes de <i>Corpus Christi</i>	VT
16/06	Imprensar	Repórter	Amassar, Juntar, Também pode ser relacionado a feriado prolongado	Repórter fala sobre o feriado prolongado de <i>Corpus Christi</i>	Vivo
16/06	Piseiro	Repórter	Tipo de dança com elementos do forró	Repórter dança junto com os cantores no encerramento da edição	Vivo

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Quadro 8 - Análise da linguagem na edição de 24/06/2022

DATA	GÍRIA E/OU EXPRESSÃO REGIONAL DITA	QUEM DISSE?	SIGNIFICADO	CONTEXTO EM QUE FOI DITO	TIPO
24/06	<i>Look</i>	Apresentador	Roupa	Apresentador pede que co-apresentadora	Vivo

				mostre a roupa de São João que está usando	
24/06	É Massa	Convidado	Agradável, bacana, bom, bonito	Convidado tira as dúvidas sobre a origem das tradições de São João	Vivo
24/06	Matuta	Co-apresentadora	Pessoa nascida na roça, no interior	Co-apresentadora mostra fotos dos outros jornalistas do RN1 quando crianças em época de São João	Vivo
24/06	Azogado	Apresentador	Desesperado	Apresentador conversa com o convidado	Vivo
24/06	Cangote	Repórter	Nuca	Repórter entrevista um casal em uma festa de São João	VT
24/06	Puxar o fole	Repórter	Tocar sanfona	Repórter pede que cantores encerre a edição com música	Vivo

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas

Quadro 9 - Análise da linguagem na edição de 02/07/2022

DATA	GÍRIA E/OU EXPRESSÃO	QUEM DISSE?	SIGNIFICADO	CONTEXTO EM QUE FOI	TIPO
------	----------------------	-------------	-------------	---------------------	------

	REGIONAL DITA			DITO	
02/07	Opa	Co-apresentadora	Interjeição de surpresa	Co-apresentadora se confunde com as palavras e pede desculpas	Vivo
02/07	Zap	Co-apresentadora	Contração do nome <i>Whatsapp</i>	Co-apresentadora	Vivo
02/07	Garozinha	Apresentador	Chuva fina	Apresentador fala sobre a previsão de chuvas para os próximos dias	Vivo
02/07	O bicho pegou	Apresentador	Situação difícil, complicada ou perigosa	Apresentador chama uma reportagem sobre homicídio	Vivo
02/07	Fez carreira	Apresentador	Correria, corrida veloz	Apresentador comenta sobre uma reportagem que falou sobre homicídios	Vivo
02/07	Desmantelamento	Apresentador	Arruinado, desorganizado, desorganizado	Apresentador fala sobre crateras abertas em decorrência das fortes chuvas do dia anterior	Vivo
02/07	Vira-lata	Repórter	Cachorro de rua	Repórter comenta com o	Vivo

				apresentador sobre um cachorro que foi salvo por um morador dentro da cratera	
02/07	Metralha	Apresentador	Pedras	Apresentador fala sobre crateras abertas em decorrência das fortes chuvas do dia anterior	Vivo
02/07	Mandar um alô	Co-apresentadora	Cumprimentar	Co-apresentadora cumprimenta um artista conhecido dela	Vivo
02/07	<i>Bike</i>	Repórter	Bicicleta	Repórter pergunta sobre a bicicleta do personagem da reportagem	Vivo
02/07	Gaitada	Apresentador	Gargalhada	Apresentador relembra fala de co-apresentadora em uma edição anterior	Vivo
02/07	Emburacar	Repórter	Entrar sem pedir licença	Repórter entra em uma casa com raquete de matar mosquito	VT
02/07	Muriçoca	Repórter	Pernilongo, mosquito	Repórter entra em uma casa com raquete de	VT

				matar mosquito	
--	--	--	--	----------------	--

Fonte: Elaborado com base nas análises dos programas