

## **Telejornal para ouvir, mas feito para ver: questões sobre a transmissão do Jornal da Band pelo rádio<sup>1</sup>.**

Washington José de Souza Filho<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia.

### **Resumo**

Uma análise textual do programa de informação Jornal da Band, em função da apresentação por meio de uma rede de emissoras de rádio - BandNewsFM. A apresentação representa uma forma de convergência, entre dois meios, estendida pelas redes sociais, através de um aplicativo. A forma de exibição de um programa de informação, produzido para uma emissora de televisão, por meio de uma de rádio, através de uma rede de estações de FM, corresponde à uma estratégia, principalmente, em busca de uma audiência maior, marcada por uma conjuntura de crise, com diferentes aspectos. A finalidade é avaliar o conteúdo do programa, a partir de uma amostra de seis (6) edições do programa. A exibição de um programa de televisão no rádio, sem o reconhecimento da distinção entre meios em relação à linguagem, implica em diferentes percepções sobre o conteúdo, inclusive pela predominância na narrativa audiovisual da exploração da possibilidade de ver, destacada pela exploração de uma maneira de redigir os textos - das notícias, em diferentes formas - baseados em que sejam vistas e não, em geral, ouvidas.

**Palavras-chave:** Plataformização; Convergência mediática; narrativa da notícia audiovisual: acessibilidade comunicativa.

A estratégia das emissoras de televisão, uma das tentativas para conviver com as mudanças de paradigmas, da mesma forma que diferentes meios de comunicação, tem sido ampliar a base do público, com a busca de diferentes opções, entre as alternativas permitidas pelo ambiente digital. As redes sociais, cada vez mais, servem para o acesso à informação, porque contribuem para a distribuição de conteúdo através de plataformas (NEWMAN *et al*, 2023). As mudanças estabelecem um novo padrão do jornalismo, caracterizado como pós-industrial, baseado no papel desempenhado pelas plataformas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GP Telejornalismo, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Professor da Universidade Federal da Bahia (UFBA), Jornalista, Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA/PósCom), Doutor em Ciências da Comunicação (UBI.Portugal). Pesquisador do Grupo de Jornalismo On-line (GJOL, UFBA/PósCom), integrante da Rede de Pesquisadores de Telejornalismo (RedeTelejor). [wasfilho@ufba.br](mailto:wasfilho@ufba.br)

---

tecnológicas na função de editoras (BELL; OWEN, 2017), porque fazem a distribuição e a circulação do conteúdo.

A exibição de programas de informação, como os telejornais, tem sido de diferentes formas, como ocorre com o Jornal da Band. O programa, como outros de informação - e de outras empresas de comunicação, como os Grupo Bandeirantes de Comunicação, -, são transmitidos por plataformas de tecnologia, como Youtube, Facebook e Twitter, com os conteúdos adequados às características de cada uma delas. O Jornal da Band, produzido em São Paulo, exibido de 2ª a sábado, de 19h20m às 20h30m, para todo o Brasil -, de maneira específica, é exibido através de uma rede de emissoras, especializadas em notícias, transmitidas em FM - BandNewsFM -, de maneira simultânea à transmissão por sinal aberto.

A apresentação é complementada pelo aplicativo BandPlay, do grupo de comunicação, utilizado para o acesso por computadores e smartphones, por streaming, o jornalismo audiovisual em diferentes telas (EMERIM; FINGER; COUTINHO, 2008). As novas formas de distribuição de conteúdo utilizadas pelas emissoras ampliam o potencial dos processos decorrentes da consolidação do ambiente digital, permitida pela internet, como a convergência (SALAVERRÍA, 2019; SALAVERRÍA et al,2010).

A distribuição de conteúdo entre os diferentes meios é uma das primeiras marcas do processo permitido pela tecnologia, com a consolidação do ambiente digital, entre as diversas formas de convergência (SALAVERRÍA et al, 2010). A transmissão do Jornal da Band, produzido para a televisão, por meio da rede formada pela Band NewsFM, é uma das estratégias da empresa, como em relação a outros programas, para ampliar a audiência, inclusive pela importância das redes sociais, quanto as faixas mais jovens da população. Os mais jovens representam uma parcela em contínuo redução do interesse pela programação de emissoras de televisão, particularmente, de informação.

No caso do Jornal da Band, porém, o conteúdo do telejornal está baseado em uma produção audiovisual, com um padrão narrativo específico, que não reconhece a diversidade da audiência. A exibição do programa não busca uma adequação da linguagem, a partir da especificidade do público, de rádio, além de pessoas portadoras de deficiência, com limitações sensoriais (BONITO, 2017).

A audição do programa permite a constatação da presença de termos nos textos, utilizados pelos diferentes profissionais - entre apresentadores e repórteres - em ação, além de recursos gráficos que dependem de ser vistos, utilizados para a composição da narrativa

---

audiovisual. O conteúdo não tem uma distinção da forma de redação do telejornal, pelo fato de ser realizado por uma emissora de televisão e ser assistido através do rádio, no qual não é possível perceber as referências - dos textos - assentadas nas imagens.

A proposta, ao realizar uma análise do textual (CASETTI; CHIO, 1999) do conteúdo do Jornal da Band, é debater a relação entre a produção audiovisual da televisão brasileira, a partir de um estudo descritivo (CERVO; BERVIAN; e DA SILVA, 2007), sobre o reconhecimento do direito à acessibilidade (CIRNE; BELÉM, 2022; BONITO, 2019), com a utilização de recursos narrativos que reconheçam as limitações de uma parcela do público com alguma espécie de deficiência, uma prática que não é comum no Brasil, através das emissoras.

A discussão é em torno da exibição de um programa de informação, realizado para a uma emissora de televisão, como concepção e referência narrativa, mas que pode ser assistido por diferentes formas. Entre as diferentes alternativas, através de uma rede de rádio, especializada em notícias, a finalidade da proposta, ao realizar uma análise do textual do conteúdo do Jornal da Band, é debater a produção audiovisual da televisão brasileira, em meio as diversas mudanças promovidas pelas transformações da tecnologia.

Uma nova realidade: apesar da importância da informação, a audiência em novos dispositivos.

As alternativas buscadas pelas emissoras de televisão, da mesma maneira que outros meios, através de plataformas de tecnologia e redes sociais, para a transmissão e distribuição do conteúdo, refletem as tentativas de adaptação às mudanças promovidas pela tecnologia, com a consolidação da internet. São modificações com reflexos no modelo de negócios e a forma de atuação dos jornalistas e do jornalismo. A perda de audiência é um dos aspectos mais destacados, principalmente entre os mais jovens, em uma conjuntura reconhecida, por diferentes aspectos, como produto de uma crise sistêmica (COSTA, 2021).

A nova realidade, está marcada por diferentes alternativas, em que a televisão consegue manter a importância para transmitir informação, de acordo com avaliação realizada na pesquisa de audiência em 15 regiões metropolitanas do Brasil (KANTAR IBOPE MÍDIA, 2022). A confiança na informação, através da TV, representa 59%. O mesmo levantamento registrou que o público brasileiro dedica 25% do tempo que dedica à assistir TV ao jornalismo, um percentual 9 % maior, em comparação com o interesse do público

---

por novelas, que é de 18 %. O jornalismo ocupa 9% do espaço da programação das emissoras de televisão brasileiras, de acordo com o relatório.

O interesse pela informação, através da TV, porém, não tem correspondência em relação à audiência. Em outro estudo, realizado pelo Reuters Institute, um levantamento anual, realizado, este ano, em 46 países, com entrevistados de seis continentes (NEWMAN *et al*, 2023), constatou no Brasil a predominância do acesso online às notícias, à frente da televisão, mesmo que tenha havido uma redução do acesso à informação, em todas as formas, em um período de dez anos (CARRO, 2023, p.5).

Uma das razões para o destaque ainda mantido pela televisão é a preferência pelo vídeo, inclusive pela alternativa online (KANTAR IBOPE MEDIA, 2023). Os dados indicam o consumo de vídeo domiciliar em 79% através da televisão e 21 por meio de outros dispositivos. A televisão, pela possibilidade da conexão do aparelho à internet (BRENNAN, 2006), permite ao público a opção de assistir a programação das emissoras de duas formas: linear e a não linear.

A possibilidade de assistir por opções diferentes é pela constituição dos aparelhos com uma funcionalidade para conexão à internet- SmartTV. Em uma das modalidades de transmissão, a linear, está relacionada ao mesmo padrão dos sistemas aberto ou fechado, porque está vinculada à grade de programação de uma emissora, em tempo real. A outra, não linear, apresentada como streaming, é vista quando o acesso é pela conveniência do espectador, pela disponibilidade do programa, em um horário que independe da exibição do programa. No Brasil, o número de aparelhos de TV conectados à internet nos domicílios registra um aumento de 25%, de 2018 a 2022, (KANTAR IBOPE MEDIA, 2023).

As emissoras de televisão, não apenas no Brasil, têm um histórico de atraso nas tentativas de adaptação às alternativas permitidas pela tecnologia, em um quadro de busca de propostas inovadoras, em relação a programas e formatos. As diferentes tentativas têm características diferentes, entre as possibilidades oferecidas pela tecnologia.

O jornalismo, a partir do desenvolvimento da internet, está no período que corresponde à uma terceira onda, a partir da consolidação do smartphone como ferramenta para o registro de gravações de áudio e vídeo, além da sua incorporação às rotinas de jornalistas, assim como dos cidadãos. A marca é o lançamento, em 2007, do Iphone, fabricado pela Apple. O crescimento da internet representou a constituição de “um ecossistema dominado por um pequeno número de empresas que controlam plataformas tecnológicas

---

que detém uma influência enorme sobre o que vemos e sabemos.” (BELL; OWEN, 2017, p. 17).

A transmissão do Jornal da Band, através das emissoras que constituem a rede da BandNewsFM, representa uma forma de convergência, a partir da distribuição do conteúdo produzido para televisão por meio do rádio, como uma alternativa para alcançar um público maior. As mudanças da tecnologia refletem diversas formas para a distribuição e circulação do conteúdo, a partir da forma de transmissão. A convergência, com diferentes dimensões (SALAVERRÍA, 2010), contribui para a definição de questões para a avaliação sobre o Jornal da Band.

A convergência jornalística é um processo multidimensional, facilitado pela implementação generalizada de tecnologias de telecomunicações digitais, que afeta ao âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente dispersos, de forma que os jornalistas produzem conteúdo que é distribuído através de múltiplas plataformas mediante linguagens próprias de cada uma. (SALAVERRÍA, 2010, p. 59)

O Grupo Bandeirantes faz a transmissão de programas de jornalismo de emissoras de televisão através do rádio, a partir da convergência de conteúdo entre os meios ou com a utilização de um aplicativo - Band Play -, em modalidades como redes sociais ou streaming. As formas de transmissão permitem a caracterização em dois tipos: linear, baseada no fluxo da programação, por meio do sinal aberto ou fechado, e não-linear, através das redes sociais e aplicativo, simultaneamente, além das emissoras de rádio do grupo de comunicação, como as especializadas em notícias e as de conteúdo geral.

A análise tem como referência uma amostra de seis (6) edições do programa, baseada no método da semana composta, entre os meses de março e abril de 2023, transcritas de vídeo para áudio pelo aplicativo Google Pinpoint. A finalidade, a partir do estudo descritivo (CERVO; BREVIAN; e DA SILVA, 2007), com o reconhecimento do direito à acessibilidade (CIRNE; BELÉM, 2022), é promover a avaliação dos recursos narrativos apresentados, em relação ao texto.

A principal consideração é que a manutenção das características da produção audiovisual não reconhece a distinção entre os meios, o que pode prejudicar a compreensão pelo público. Uma situação que é mais ampla, pela existência de uma parte do público com

---

alguma espécie de deficiência, prejudicada pela falta de uma prática no Brasil, através das emissoras, para ampliar a abrangência da informação.

Meios parecidos, porém, diferentes na forma de divulgar a informação.

Os meios, televisão e rádio, têm características diferentes, ainda que baseadas na percepção sensorial do público. No caso do rádio, a percepção é através da audição, uma maneira de recepção modificada pela valorização da convergência, pela qual ocorre a transmissão dos programas com recursos audiovisuais. A BandNewsFM exibe programas da emissora com recursos audiovisuais, principalmente vídeos que são divulgados em redes sociais ou cortes - em geral, trechos de entrevistas - de conteúdo das estações de TV do Grupo Bandeirantes.

A distinção entre os meios - televisão e rádio - podem ser verificadas a partir das definições sobre cada um deles. No caso do rádio, o texto, ainda que tenha como finalidade informar, como função do jornalismo, “deve ser compreendido de imediato pelo ouvinte.” (TAVARES, 2011, p. 83).

A necessidade de favorecer a compreensão tem uma diferença entre os dois meios, estabelecida pela maneira como o rádio é assistido, o que determina a exigência de uma maior atenção, em relação à televisão, destacada por Lage (2005, p. 162):

[...] o rádio não compete necessariamente com a televisão, pela simples razão de se pode cozinhar o almoço, instalar um equipamento elétrico ou dirigir um automóvel ouvindo rádio - coisas que alguém se colocará em sério risco se tentar fazer olhando para a televisão”.

A presença da imagem serve para estabelecer outra distinção entre a forma de escrever para o rádio e a televisão, pela associação ao texto, o que implica em mais uma diferença para a compreender a informação, em relação a cada meio, como descreve White (2008, p.112):

“A maior diferença entre o noticiário de rádio e o de TV é, obviamente, a imagem. Quando se escreve para TV, as imagens são cruciais para a notícia. No rádio, é preciso criar imagens mentalmente [...] e depois achar as palavras para descrever a imagem para a audiência. Na TV, é possível mostrar as imagens reais”.

A associação entre o texto e a imagem, em comparação, com o jornalismo impresso, define a narrativa como demonstrativa, quanto ao conteúdo da notícia, uma oposição à ideia de descrição para a informação apoiada na escrita (BOCK, 2011). A narrativa da notícia na televisão, porque é uma linguagem baseada na relação entre a imagem e o som - áudio e vídeo - depende da vinculação entre os dois elementos. A compreensão sobre a

associação entre os dois elementos é considerada restrita, mais bem percebida por quem atua na televisão, porque não tem a mesma clareza quanto à maneira que é elaborada, quando é comparada à forma falada, como ocorre no rádio, ou escrita.

“[...] as regras que governam a linguagem visual do filme informativo devem ser mais explícitas e, portanto, mais acessíveis que as regras que governam a palavra escrita e falada.” (TUCHMAN, 1983, p. 120)

O áudio e o vídeo, em torno da estrutura de uma reportagem como parte de um telejornal, estão representados pelo off - expressão para designar o texto, elaborado pelo repórter, ou que é lido pelo apresentador - e a imagem, a qual é sobreposta na edição, o que estabelece a forma de apresentar a informação. A relação permite a definição de “escrever para as imagens” (FAXINA, 2018; PATERNOSTRO, 2006).

Em relação à forma de divulgar a notícia, o conteúdo de cada programa, no caso da televisão tem diferenças entre o rádio e a televisão. A classificação é estabelecida pela relação entre a imagem e o áudio, por meio dos textos, distintos pela leitura entre o apresentador e o repórter, assim como a inclusão de entrevistas, com as fontes relacionadas com a informação. Um telejornal tem uma estrutura, utilizada nas redações “para nomear os diferentes tipos de segmentos jornalísticos” (HERNANDES, 2005, p.159).

A definição que é considerada para uma redação específica do texto para um programa de informação estabelece compreender pelo o que pode ser ouvido, mesmo que esteja amparado na referência de ver, pela combinação com a imagem (WHITE, 2008.p.112):

“O desafio dos redatores de TV é evitar redundância com o vídeo. Não diga aos telespectadores o que eles estão vendo. Em vez disso, apoie o vídeo dizendo que o a imagem não mostra ou não pode mostrar. Preencha as lacunas, não supere o vídeo. Dê aos telespectadores tempo para saborear as imagens”.

A exibição de um programa de televisão por meio do rádio não considera outras formas de recepção, a necessidade da “acessibilidade comunicativa” (Bonito, 2017), reforçada pela necessidade de que a informação seja compreendida por pessoas com deficiência. Um texto, por ser escrito para um meio como a televisão, assistido através do rádio, tem expressões, manifestadas pela escrita e por incluir recursos narrativos, utilizados para ampliar a informação, de edição e gráficos. Os recursos destacam uma percepção baseada na possibilidade de ver.

**Entre ouvir e ver, as distinções de um telejornal através do rádio.**



---

A rede de emissoras da BandNewsFM exibe cinco programas de jornalismo da TV Bandeirantes, sem que sejam assistidos, simultaneamente, por todo o país, como ocorre, por exemplo, com o Jornal da Band. Os telejornais exibidos pela rede de rádio especializada em notícias, pela ordem de exibição, são, em relação ao horário e o dia, entre segunda e domingo: Bora Brasil, Brasil Urgente, Jornal da Band, Jornal da Noite e Canal Livre<sup>3</sup>.

O Jornal da Band é um programa de informação da TV Bandeirantes em exibição desde 1977. A trajetória permite ao telejornal o reconhecimento pela importância que tem na televisão brasileira, inclusive pela valorização de jornalistas como Joelmir Betting, Marília Gabriela e Lilian Witte Fibe como apresentadores. Joelmir ficou notabilizado na função de apresentador por realizar comentários, em geral, sobre temas da economia, mesmo sem que fosse considerado como um âncora.

A versão atual do Jornal da Band é apresentada pelos jornalistas Eduardo Oinegue e Adriana Araújo, desde junho de 2023. A nova versão está baseada em um novo cenário, considerado maior que o anterior, com 120 metros quadrados, com “ferramentas tecnológicas para aprimorar a forma de apresentar a notícia”<sup>4</sup>. A condução do telejornal, além deles, tem a participação das jornalistas, divididas entre apresentadoras e a realização de comentários: Lana Canepa, de Brasília; Paloma Tocci, esporte; Joana Treptow, questões climáticas; e Juliana Rosa, economia.

Os dois jornalistas - Oinegue e Adriana - são apresentadores de programas exibidos pela BandNewsFM. Entre os dois, apenas Eduardo Oinegue atuava como apresentador do telejornal, durante o período do registro das gravações, entre março e abril de 2023, analisadas. A ele, em meio a mais três apresentadoras, das quais duas mantidas no telejornal - Paloma Tocci e Joana Treptow - cabia a tarefa de fazer comentários sobre assuntos divulgados, opiniões relacionadas com diferentes temas.

No primeiro trimestre de 2023, antes das mudanças na forma de apresentação do telejornal e do cenário, o Jornal da Band era o quarto em audiência entre cinco programas de informação apresentados pelas emissoras de televisão brasileiras, considerada a Região Metropolitana de São Paulo, de acordo com levantamento do Kantar Ibope Media<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> <https://www.band.uol.com.br/>, acesso em 8 de junho de 2023.

<sup>4</sup> Eduardo Oinegue e Adriana Araújo estreiam nova fase do "Jornal da Band", em <https://telaviva.com.br/05/06/2023/eduardo-oinegue-e-adriana-araujo-estreiam-nova-fase-do-jornal-da-band/>, acesso em 8 de junho de 2023

<sup>5</sup> <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2023/03/29/jornal-nacional-cresce-no-ibope-pelo-brasil-em-2023-195623.php>, acesso em 8 de junho de 2023.



---

. A verificação do crescimento é em comparação com o mesmo período, os meses de janeiro a março, de 2022.

A audiência do Jornal da Band foi de 4,4%, atrás, pela ordem, do Jornal Nacional, da Rede Globo, 27,4; Jornal da Record, da Rede Record, com 6,8; e do Jornal do SBT, do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), com 4,9; e à frente do RedeTV! News, da RedeTV! com 0,4. A região de São Paulo é considerada a de maior referência para a avaliação de audiência entre as emissoras de televisão.

A realização de um estudo descritivo, entre os diferentes tipos de pesquisa, favorece a compreensão da questão, relacionada com a transmissão de um programa de televisão por uma rede de emissoras de rádio FM, especializada em notícias, porque “em suas diversas formas, trabalha sobre dados ou fatos colhidos da própria realidade. “(CERVO; BERVIAN; e DA SILVA, 2007, p.62). A realização do estudo é por meio de uma análise textual (CASETTI; CHIO, 1997).

A análise textual permite o entendimento sobre a narrativa audiovisual. Para os autores (CASETTI; CHIO, 1997, p. 263), como o “espectador precisa aprender as regras do mundo que a televisão representa e as regras do modo em que o representa”. A análise é a maneira, consideram os referidos autores, de “descobrir as ditas regras para estudar o funcionamento do texto”.

A partir do conteúdo das edições do Jornal da Band, que foram estabelecidas como amostra para a realização da análise, a primeira etapa foi a realização da audição de cada uma delas. A audição das edições do programa permitiu a referência sobre a questão fundamental sobre a finalidade da análise textual, a busca da compreensão sobre um conteúdo apresentado para ser ouvido, por meio da apresentação através de uma emissora de rádio, especializada em notícias, que mantém a concepção de ser visto.

A segunda parte, após a transcrição dos vídeos para a forma de textos, por meio do aplicativo Google Pinpoint. A transcrição impôs a necessidade de uma nova audição do telejornal, para uma revisão. O processo realizado pelo aplicativo, de transcrição para texto não é precisa, em parte. A necessidade de repetir a audição contribuiu para formular, com maior segurança, a terceira etapa da análise, que é a identificação das características relacionadas com o conteúdo do programa.

A análise, em relação aos resultados, tem como referência a identificação da forma narrativa do programa, a partir das referências contidas nos textos de apresentadores e repórteres, compreendido a partir dos elementos - áudio e vídeo - que compõem a

---

narrativa da notícia, baseada na linguagem audiovisual. A exibição do Jornal da Band pela rede de emissoras da BandNewsFM está desde o início caracterizada, assim como durante o espaço de tempo que corresponde aos intervalos para a exibição de comerciais e de chamadas institucionais, como um programa de televisão, para a informação do ouvinte.

No início, antes de começar a apresentação do telejornal, um locutor da rádio anuncia a transmissão do Jornal da Band, simultaneamente com a rede de emissoras de notícias e pelo aplicativo, o que permite o assistir ao vivo, como no sinal aberto. Nos intervalos, o público é convidado a ouvir informações que são transmitidas pela BandNewsFM, com a indicação de que neste momento houve a interrupção do programa da televisão. As indicações destacadas servem para a indicação sobre o meio que é feita a exibição do Jornal da Band.

Em relação ao telejornal, as características relacionadas à forma narrativa evidenciam a realização do programa, feito para a exibição em uma emissora de televisão, transmitido por uma rede de rádio, especializada em notícias. Em nenhuma das edições analisadas, o único destaque da diferença entre os meios, são as intervenções, observadas, de um locutor que faz as indicações sobre o Jornal da Band, em relação ao início e aos intervalos, em cada um dos blocos.

As características, de acordo com a análise textual pode ser apresentada de duas formas, de acordo com a estrutura narrativa do programa. Uma, sobre os aspectos relacionados aos textos - de apresentadores e repórteres, sem considerar os que são decorrentes da participação dos entrevistados. A segunda, a partir dos recursos utilizados para a complementação da imagem associada aos textos, por meio de diferentes elementos gráficos, e visuais, como parte da edição, o estabelecimento da forma para a divulgação da notícia.

A primeira parte, aparece de forma bem evidente a condição de programa de televisão exibido por uma rede de emissoras de rádio, pela predominância nos textos de construções narrativas que exigem a relação, para quem assiste, do sentido de associação com a sequência de imagens que compõem cada uma das notícias, de diferentes formas, principalmente as reportagens. Os textos contêm classes de palavras, como verbos e pronomes que denotam ações e propriedades.

No conjunto das seis (6) edições do Jornal da Band, ainda que não tenha havido a intenção de promover uma quantificação, verbos que têm na sua representação a necessidade de

---

estar associado à uma sequência de imagens, para que a informação possa ser compreendida. São verbos como aparecer, olhar, mostrar, correr, sair, ver, ajudar, arrear, levar, quebrar, colocar, fisgar.

Da mesma forma que os verbos, os pronomes utilizados refletem a mesma intenção, porque indicam uma relação entre o texto e a imagem que não são percebidas pela maneira que o programa é apresentado. São pronomes que servem para demonstrar ou indicar posse - demonstrativos e possessivos -, percebidos nos textos: desse, deste, este, esse. Os textos exploram referências sobre a localização - por ali, neste reservatório - de uma forma que não é percebida pelo público, pela forma de transmissão.

Em relação aos textos, principalmente os que são lidos pelos apresentadores, existe ainda as expressões, como “veja esta imagem”, “olha”, em boa parte como recurso para destacar uma informação. As expressões soam incompreensíveis para quem ouve o telejornal, o que acentua a referência sobre a sua produção como programa de televisão.

A segunda parte da análise, em relação aos recursos gráficos e visuais, permite definir com mais precisão a diferença percebida pela transmissão do Jornal da Band pelo rádio. Os recursos gráficos são complementações das informações, por meio de imagens, elaboradas na edição. Eles correspondem a diferentes tipos, como títulos - para destacar o conteúdo da notícia; créditos - para a identificação de autores da reportagem e entrevistados; dados - incluídos para uma melhor compreensão do texto, da mesma forma que em um telão, cuja leitura é feita por apresentadores -; transcrições - de documentos que são destacados -, assim como mapas, para a localização de regiões citadas ou na previsão do tempo.

O conjunto de informações que é exibido por meio das diferentes alternativas representadas pelos recursos gráficos, não é percebida. No caso da previsão do tempo, em que ocorre a indicação das variações do clima, em relação à possibilidade de chuva ou de alteração da temperatura, com a menção de cores, a citação pode ser apenas ouvida, não é vista.

Os recursos visuais, explorados na edição é outro aspecto da narrativa da notícia no Jornal da Band que o público do programa, através da rede de emissoras da BandNewsFM, não tem a chance de ver. Os recursos visuais são feitos, utilizados na edição para promover a ligação entre planos ou ter uma função estética. Em relação ao telejornal, são muito explorados, pela existência de um padrão editorial do programa que é a exibição, todas as semanas, de uma série de reportagens especiais, que demandam um tempo maior para

a realização e, conseqüentemente, tem uma produção mais elaborada que as relacionadas aos fatos do cotidiano, que precisam ser exibidas mais rapidamente.

### Referências bibliográficas

- BELL, E.; OWEN, T. **The Platform Press**: How Silicon Valley Reengineered Journalism. New York: Columbia Journalism School, Tow Center for Digital Journalism, 2017.
- BOCK, M.A. Newspaper journalism and video: Motion, sound, and new narratives. **News Media & Society**, 14(4), p. 600–616, 2011
- Bonito, M. 2017. O jornalismo deficiente, sem acessibilidade comunicativa, nas práticas cotidianas do grupo RBS de Comunicação. **Anais do 15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, ECA/USP. São Paulo, Novembro de 2017.
- BRENAN, David. **A TV conectada** - como as qualidades analógicas da TV criaram uma supermídia digital. Tradução Juliana de Malta. São Paulo: Globo, 2016.
- CASSETTI, F; CHIO, F. **Análisis de la Televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Paidós Ibérica: Barcelona, 1997
- CERVO, A.; BERVIAN, P.; e DA SILVA, R. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007
- CIRNE, L.; BELÉM, V. Precisamos falar sobre inclusão e acessibilidade na televisão brasileira. **Revista Geminis**, v. 13, n. 1, pp. 34-52, jan./abr, 2022, [www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis](http://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis)
- COSTA, C.T. Polarização, politização e o futuro do jornalismo profissional. In: COSTA, C, T. et al. **Tempestade perfeita** - sete visões da crise do jornalismo profissional. Rio de Janeiro: História Real, 2021, p.85-162.
- CARRO, R. Brazil. In: NEWMAN, N. *et al.* **Reuters Institute Digital News Report 2023**. Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford, UK. 2023, p. 112-113.
- EMERIM, C.; FINGER, C.; e COUTINHO, I.(orgs). **Estudos contemporâneos em telejornalismo** - narrativas de jornalismo para telas. Florianópolis, Santa Catarina: Editora Insular, 2018.
- FAXINA, E (org). **Edição de áudio e vídeo**. Curitiba: Intersaberes, 2018
- HERNANDES, Nilton. **A mídia e seus truques**. O que jornal, revista, TV, rádio e internet fazem para captar e manter a atenção do público. São Paulo: Contexto, 2005.
- KANTAR IBOPE MÍDIA. **Vídeo, o estado de evolução**. Kantar Ibope Media 2023. <https://www.kantaribopemedia.com>, acesso em 28 de julho de 2023.
- KANTAR IBOPE MEDIA. **Inside Video** - novos horizontes e descobertas. Kantar Ibope Media, 2022. <https://www.kantaribopemedia.com>, acesso em 28 de julho de 2023.
- LAGE, N. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005
- NEWMAN, N. *et al.* **Reuters Institute Digital News Report 2023**. Reuters Institute for the Study of Journalism. Oxford, UK. 2023
- PATERNOSTRO, V. I. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. Rio de Janeiro: Campus, 2006.
- SALAVERRÍA, R. Digital Journalism: 25 Years of Research. **El Profesional de la Información**, v. 28, n. 1, p.1-2, 2019.
- SALAVERRÍA, R; ÁVILES, J.; MASIP, P. Concepto de convergência periodística. In: X. García; X. Fariña (Coords.). **Convergencia digital**: reconfiguración de los medios de

---

comunicación en España. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, p. 41 - 64,2010.

TAVARES, M. (org). **Manual de redação CBN**. São Paulo: Globo,2011.

TUCHMAN, G. La Producción de la Notícia. Tradução Horácio Borrat. México D.F: Gustavo Gili, 1983.

WHITE, T. **Jornalismo eletrônico** - redação, reportagem e edição. Trad. Márcia de Toni. São Paulo:Roca, 2008, 4ª. ed