



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**



UFOP
Universidade Federal
de Ouro Preto

LUIZA CARNEIRO DE OLIVEIRA

**RECURSOS UTILIZADOS PELA IMPRENSA NA COBERTURA JORNALÍSTICA
DA MORTE DO PILOTO BRASILEIRO AYRTON SENNA**

Monografia

Mariana

2023

LUIZA CARNEIRO DE OLIVEIRA

**RECURSOS UTILIZADOS PELA IMPRENSA NA COBERTURA JORNALÍSTICA
DA MORTE DO PILOTO BRASILEIRO Ayrton Senna**

Monografia apresentada ao curso de
Jornalismo da Universidade Federal de Ouro
Preto como requisito parcial para obtenção do
título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rondon Marques
Rosa

Mariana

2023

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

O48r Oliveira, Luiza Carneiro De.
Recursos utilizados pela imprensa na cobertura jornalística da morte do piloto brasileiro Ayrton Senna. [manuscrito] / Luiza Carneiro De Oliveira. - 2024.
60 f.: il.: color..

Orientador: Dr. Rondon Rosa.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Senna, Ayrton, 1960-1994. 2. Corridas de automóveis. 3. Telejornalismo. I. Rosa, Rondon. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 659.3

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Luiza Carneiro de Oliveira

RECURSOS UTILIZADOS PELA IMPRENSA NA COBERTURA JORNALÍSTICA DA MORTE DO PILOTO BRASILEIRO AYRTON SENNA

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em 20 de fevereiro de 2024

Membros da banca

Prof. Dr. Rondon Marques Rosa - Orientador (Universidade Federal de Ouro Preto)
Profa. Dra. Denise Figueiredo Barros do Prado - (Universidade Federal de Ouro Preto)
Prof. Dr. Cláudio Rodrigues Coração - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Rondon Marques Rosa , orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 12/08/2024



Documento assinado eletronicamente por **Rondon Marques Rosa, JORNALISTA**, em 12/08/2024, às 19:30, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 , informando o código verificador **0757661** e o código CRC **8E1C3023**.

Dedicatória

Dedico este trabalho primeiramente aos meus pais, que não mediram esforços para que eu chegasse até aqui. Obrigada por serem meus maiores incentivadores, sem vocês não teria dado certo.

À toda minha família e amigos que caminharam até aqui comigo, obrigada por serem as melhores companhias e sempre me lembrarem da importância dessa conquista. A República Convento, que foi e sempre será o melhor lugar do mundo, casa onde vivi a melhor fase da minha vida e conheci as mulheres mais fortes do mundo, obrigada por tudo.

Ao meu orientador Rondon Marques, que me fez enxergar novos caminhos para uma pesquisa tão importante na minha vida, uma que me fez enxergar o Jornalismo de outra maneira. Aos professores da UFOP e à instituição, minha eterna gratidão ao ensino público, gratuito e de qualidade. Que sejamos o melhor que podemos ser.

Por fim a todos que me ensinaram algo durante esses anos, foi um prazer viver essa aventura com vocês!

“Compreende-se a ambiguidade e a ambivalência dos sentimentos, que oscilam entre a alegria e a tristeza, entre a festa e o funeral: é porque, de certa forma, estes seres ‘imortais’ foram feitos para morrer”

José carlos Rodrigues

Resumo

O piloto Ayrton Senna foi um piloto de Fórmula 1 e filantropo brasileiro, tricampeão mundial, considerado um herói do esporte nacional, sendo cultuado mesmo após 29 anos de sua morte. Ayrton teve uma morte precoce, aos 34 anos de idade em um Grande Prêmio na Itália, e por isso o momento trágico foi transmitido para diversos países do mundo, chocando a todos pelo acidente fatal. Assim sendo, este trabalho tem como objetivo analisar os recursos utilizados pela imprensa no telejornalismo que noticiou a morte do piloto 01/05/1994 através de levantamento bibliográfico e categorias de análise dos telejornais escolhidos. Possuindo caráter explicativo, o qual busca a identificação dos fatores que indicam ou contribuem para a ocorrência de um fenômeno, o projeto foi dividido em duas etapas, em que a primeira busca o levantamento bibliográfico do tema e a segunda procura analisar transmissões de telejornalismo a fim de entender os recursos utilizados para noticiar a morte de uma figura nacional famosa.

Palavras chaves: “Telejornais”, “piloto” “Fórmula 1” “transmissão”

Abstract

Ayrton Senna da Silva was a Brazilian Formula 1 driver and philanthropist, three-time world champion, considered a hero of national sport, being worshiped even 29 years after his death. Ayrton died prematurely, at the age of 34, in a Grand Prix in Italy and, therefore, the tragic moment was broadcast to several countries around the world, causing great commotion. This work aims to analyze the resources used by the press in the television journalism that reported the death of the pilot in May 94, through a bibliographical survey and analysis of the chosen television news programs. Having an explanatory character, which seeks to identify the factors that indicate or contribute to the occurrence of a phenomenon, the project was divided into two stages, with the first seeking a bibliographical survey of the topic and the second seeking to analyze television journalism productions in order to understand the resources used to report the death of a Brazilian personality, of international fame.

Key words: “Telejornais”; “pilot”; “Formula 1”; “transmission”; “Senn

Lista de Figuras

Figura 1- Funeral de Ayrton Senna	23
--	-----------

Sumário

1. Introdução	10
2. Descritivo sobre a Fórmula 1	12
3. A História de Ayrton Senna	16
3.1 Rivalidades	19
4. O Telejornalismo	27
4.1 Telejornalismo no brasil	29
5. A teoria do Telejornalismo	34
6. Cenários dos veículos brasileiros	36
7. Metodologia	39
8. Seleção dos veículos de comunicação e quais os motivos	41
8.1 Coberturas Jornalísticas em TV	42
9. Telejornais	45
10. Conclusão	54
Referências	55

1. Introdução

A Fórmula 1, categoria mais alta do automobilismo, é um esporte muito conhecido mas pouco abrangente. As corridas acontecem em 4 dos 5 continentes mundiais, se estendendo por países tradicionais nas histórias dos Grande Prêmios, até os que acabaram de implantar circuitos novos. Além disso, o que faz com que o esporte seja mundialmente conhecido é a diversidade das nacionalidades dos pilotos. Ao longo da história da Fórmula 1, cada vez mais pilotos de países diferentes foram se inserindo no esporte, como por exemplo espanhóis, argentinos, mexicanos, monegascos, japoneses, canadenses, australianos, chineses, dinamarqueses, dentre muitos outros. São poucos os pilotos que conseguem alcançar uma vaga em qualquer uma das dez equipes participantes do *grid*¹ e menos ainda aqueles que chegam a vencer o campeonato, tanto pelo valor exorbitante para iniciar, quanto pelo alto nível em meio a tão poucos atletas. O brasileiro Ayrton Senna foi um desses pilotos, que além de deter o título de tricampeão mundial, se consagrou como um ídolo do esporte. Infelizmente, em 1994, o brasileiro sofreu um acidente trágico em uma das corridas do calendário da Fórmula 1 e não resistiu. A corrida, que acontecia em Ímola, na Itália, estava sendo transmitida ao vivo para diversos países e precisou ser interrompida até que o corpo fosse socorrido e levado ao hospital. A notícia da morte veio em torno de 13h da tarde no Brasil, 18h na Itália, quando a médica que atendeu o piloto anunciou que ele já não apresentava mais atividade cerebral.

A presente pesquisa se propõe a analisar os recursos utilizados por três telejornais de emissoras do Brasil ao transmitirem a morte do piloto brasileiro Ayrton Senna, observando como a notícia foi dada ao público. A análise será feita por categorias: os recursos apelativos durante a notícia; recursos visuais aplicados; recursos sonoros;

Inicialmente, a pesquisa aborda recursos bibliográficos do telejornalismo como um todo, dentre eles o conceito, o histórico e os cenários utilizados, além da bibliografia se encarregar de dar contexto, mostrando a teoria da produção jornalística. Ainda nos recursos de pesquisa, o trabalho busca investigar o esporte com extensas implicações. O automobilismo detém diversas categorias diferentes e, sendo a Fórmula 1 considerada como a categoria mais importante, foi necessário um capítulo exclusivo para o esporte e tudo que ele envolve.

¹ O alinhamento de posições dos carros de corrida na largada seguindo a ordem dos tempos mais rápidos aos mais lentos.

Como foco do trabalho, a vida e carreira do piloto foram trazidos em detalhes, como infância, rivalidades, vitórias e romances. Para a pesquisa bibliográfica neste capítulo, além de artigos informativos e site biográfico, vídeos e imagens foram utilizados como fonte de informações. A contextualização sobre a vida e carreira de Ayrton é importante para entender como ele se tornou um ícone para a nação brasileira e como a sua morte causou um impacto no país e no esporte, proporcionando mudanças de segurança da categoria.

Para a segunda etapa do trabalho que foi realizada, foram escolhidos três telejornais de diferentes emissoras, no qual todos foram transmitidos no dia da morte do piloto. Apesar de terem horários e temas similares, a maneira como foi apresentada a notícia para o país se mostrou diferente nos programas noturnos, com diferentes recursos.

Foram estudadas as notícias em televisão, como elas são transmitidas e como os telejornais são montados, principalmente os que foram estudados. O mito do herói nacional também foi trazido para a pesquisa, ajudando a construir a carga emocional do momento trágico em questão. Os seguintes itens foram o foco da análise: o momento da batida, assim que o carro choca com a curva Tamburello, as entrevistas com fãs e ex-pilotos e os recursos sonoros, tanto músicas de fundo quanto os gritos das torcidas de futebol que estavam em campo no momento.

2. Descritivo sobre a Fórmula 1

A categoria do automobilismo, que nasceu na Europa em 1950, traz consigo uma cultura e ideologia moldadas pelo tempo, tornando-se mais complexas em suas relações com a sociedade, mídia e questões financeiras. Há de se reforçar que a Fórmula 1 possui um processo de profissionalização e expansão de público intimamente ligado à comunicação de massa. É nesse ponto que há a associação direta entre comunicação e cultura, quando encontramos afirmações como a do britânico John B. Thompson (1995), que vê na produção destes eventos que estão presentes no cotidiano das sociedades uma relação indissociável com as atividades das indústrias midiáticas. Define como sendo quatro os significados de cultura (THOMPSON, 1995, p. 166): O primeiro deles seria a **concepção clássica**, surgida entre os séculos XVIII e XIX entre os filósofos e historiadores alemães, que apontava a cultura como um processo de desenvolvimento intelectual ou espiritual que, de certa forma, diferia do termo “civilização”. Com o destaque da Antropologia no fim do Século XIX, é identificada a **concepção descritiva**, que a menciona como um conjunto de crenças, costumes, convenções, hábitos e práticas características de uma sociedade específica ou de um período histórico; e também a **concepção simbólica**, que foca nos fenômenos culturais, interpretação dos símbolos e da ação simbólica. A partir desta última, Thompson propõe a **concepção estrutural** da cultura, que entende os fenômenos culturais como formas simbólicas em contextos estruturados e diretamente relacionados com a vida em sociedade. Partindo do conceito proposto pelo britânico que podemos dissecar a rede complexa que envolve a cultura da Fórmula 1, “como o estudo das formas simbólicas em relação aos contextos e processos historicamente específicos e socialmente estruturados” (1995, p. 355).

Segundo Lucas A. Giavone (2011), em “A transmissão cultural da Fórmula 1 pela teoria comunicacional de John B. Thompson”, no que diz respeito à transmissão televisiva, a participação de indivíduos que possam traduzir a “emoção” para o público também é importante. No Brasil, esse trabalho fica a cargo, invariavelmente, de um narrador de futebol – que pode até agradar o grande público, mas que terá grande chance de desagradar os entusiastas “fiéis”, que sentirão carência de precisão ou refinamento técnico a respeito do automobilismo. Ao mesmo tempo, comentaristas ficam com a tarefa de fazer o público sentir-se à vontade com todo o glossário específico das competições automobilísticas.

A Fórmula 1 se beneficiou das tecnologias midiáticas e das possibilidades que elas propõem para crescer em patamares extraordinários. Todavia, precisou lidar com a árdua tarefa de estar sempre inovando e sendo mais atraente para a audiência e seus investidores publicitários. Os elementos que podem tornar a categoria mais chamativa passam por ajustes perante as regras esportivas, melhoria técnica de transmissão e inclusão de tradutores junto ao público. Segundo um estudo sobre “A transmissão cultural da Fórmula 1 pela teoria comunicacional de John B. Thompson”, o telespectador é priorizado frente ao evento, em detrimento do público de arquibancada, que hoje é composta por uma ínfima parcela de interesse.

O campeonato mundial de Fórmula 1 foi oficializado em 1950, advindo de corridas de carros que já ocorriam desde o fim da Segunda Guerra, sendo a primeira desse campeonato acontecendo em Silverstone, na Inglaterra. Nesse ano, o campeonato contou com sete eventos esportivos, sendo que uma delas no circuito de Indianápolis, nos Estados Unidos. Por causa dessa corrida, é que o campeonato foi considerado mundial, afinal era a única fora da Europa e também porque o *grid* já contava com pilotos de diversos países. Durante a década de “1950”, o campeonato foi um grande aprendizado para os pilotos, equipes, público e organizadores. Nessa época, os fabricantes de carros participavam com equipes próprias e davam todo o suporte financeiro, tendo as equipes os seus nomes. Os carros eram das seguintes fabricantes: Ferrari, Maserati, Mercedes, Alfa Romeo, Aston Martin, entre outras. Aquela década é considerada a época romântica, na qual se corria pela paixão pelo esporte. Por causa da Segunda Guerra e o instinto de patriotismo adquirido, as equipes corriam com as cores de seus países.

As transmissões pela televisão ainda não existiam naquela época, porém a partir dos anos 60 o esporte foi se tornando mais organizado e competitivo. O campeonato de Construtores surgiu nesse cenário, com os apaixonados por corridas e pelo esporte. Aqueles que se arriscavam colocando suas equipes para participar do campeonato, desenhavam e construíam suas próprias máquinas, sem qualquer ajuda de fabricantes.

O período do fim dos anos 60 ao começo dos anos 70, marcou a criação da categoria, que deixava de ser um simples esporte a motor, para se tornar um grande centro de negócios. De acordo com Jenkins (2007, p.31), em 1968, Colin Chapman, um designer da época e dono da equipe Lotus, assinou um contrato de patrocínio com a fabricante de cigarros Imperial Tobacco quebrando assim a “regra” tácita de usar as cores do país no carro de competição. A

máquina inglesa que até então corria com a cor verde, passou a usar o vermelho, branco e dourado. Além disso, Colin Chapman abriu um importante precedente, pois as leis inglesas proibiram anúncios de cigarros e bebidas alcoólicas na TV.

As corridas passaram a ser transmitidas em diversos países a partir dos anos 70 e as equipes passaram a ter controle financeiro sobre os ingressos vendidos, negociando com os donos dos autódromos. No fim dos anos 1960, eram eles que controlavam o dinheiro. Essa mudança aconteceu pela entrada de Bernie Ecclestone no controle da Formula One Constructors Association (FOCA), órgão criado pelas equipes para administrar seus interesses. Bernie, que até os dias atuais faz parte da direção esportiva da Fórmula 1, passou a negociar com a Federação Internacional de Automobilismo (FIA) os interesses dos construtores, efetivando transações em nome das equipes pelos direitos comerciais da Fórmula 1. Apesar da categoria se tornar uma importante competição do mundo esportivo, essa foi a década em que os acidentes resultando em mortes de pilotos ficaram mais intensos.

Já nos anos 1990, as publicidades eram mais enfáticas, com uma presença muito grande da marca de cigarros Marlboro (equipe McLaren e um pouco na Ferrari), sendo patrocinador principal da equipe McLaren, quando Senna ganhou os três campeonatos mundiais. Em 1991, ano da terceira vitória do brasileiro no campeonato, imagens do carro rodaram o mundo associando o piloto e o patrocínio da Marlboro. O período foi marcado também pela expansão da internet, na qual a mídia aproveitou para criar páginas que divulgassem as notícias para um número cada vez maior de pessoas pelo mundo todo.

Atualmente, 58 países podem ter acesso a transmissão da Fórmula 1, mesmo aqueles que não possuem pessoas ou fatos históricos relacionados ao esporte, reforçando a ideia da força do campeonato mundial ao redor do mundo. Uma das mudanças que ajudou no engajamento do esporte foi a implantação do campeonato na Netflix, uma forte plataforma de streaming. A série desenvolvida por eles, mostra o que acontece nos bastidores de um Grande Prêmio, buscando incentivar a interação com públicos mais jovens.² O esporte deixou de ser algo apenas voltado para os amantes de carros e velocidades para se tornar um negócio lucrativo e caro.

² SIMPLÍCIO, Millena. Disponível em:

<https://www.consultingclub.com.br/post/%C3%A9-inovando-que-se-recebe-a-reinven%C3%A7%C3%A3o-da-f%C3%B3rmula-1> Acesso em Agosto 2023

Em 2014, o Jornal Estadão³ divulgou que o Brasil, em 2013, era o primeiro país em audiência da Fórmula 1, com corridas vistas por 77 milhões de brasileiros do total de 450 milhões de pessoas no mundo que acompanharam as provas durante todo o ano. Já em 2021, a Veja revelou que a final do campeonato de 2021: “Segundo dados revelados pela emissora em primeira mão a VEJA, a média na Grande São Paulo ficou em 5,8 pontos, com pico de 7,3 das 10h03 às 11h34. Na mesma faixa, conforme apurado por VEJA, a Globo marcou 5,5 de média, seguida por Record e SBT, com 3,9 e 3,5 respectivamente.”⁴

³ Brasil tem a maior audiência da Fórmula 1. Disponível em:

<https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/brasil-tem-a-maior-audiencia-da-formula-1/> Acesso em Maio 2023

⁴ CAPUANO, Amanda. Band lidera audiência com final da F1 e cresce como ‘canal do esporte’. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/band-lidera-audiencia-com-final-da-f1-e-cresce-como-canal-do-esporte>. Acesso em Maio 2023

3. A História de Ayrton Senna

Ayrton Senna da Silva foi o piloto brasileiro mais famoso na Fórmula 1. Nascido em 21 de Março de 1960 em São Paulo e falecido tragicamente em 1º de Maio de 1994, no Grande Prêmio de San Marino, em Ímola, na Itália. Ayrton era filho de Milton Teodoro Guirado da Silva, um empresário de uma indústria de acessórios automotivos, e Neide Senna. Além de Ayrton, eles são pais de Leonardo Senna e Viviane Senna, sendo esta a presidente do Instituto Ayrton Senna.

O brasileiro, assim como a maioria dos pilotos, começou no kart quando criança, incentivado pelo pai. Aos quatro anos, Ayrton ganhou o seu primeiro carro, com o motor que foi tirado de um cortador de grama e que chegava aos 60 km/h. A máquina foi montada pelo pai e foi o principal "brinquedo" de Ayrton na infância. A partir dos sete anos de idade, Ayrton passou a dirigir um kart profissional, mas sem participar de competições. A primeira volta de Senna em um circuito foi aos 11 anos, em um dia de chuva. Um ano depois, desmontou seu veículo para descobrir a função de cada peça e entender como poderia ser mais rápido.

Em 1973, aos 13 anos, Ayrton Senna participou da primeira corrida, em um circuito improvisado na cidade de Campinas, São Paulo. Apesar de ser mais novo que os demais pilotos, liderou boa parte do circuito e chamou a atenção de quem assistia, porém terminou na segunda colocação diversas vezes, o que para ele, não era o suficiente. Muitos estudiosos consideram que Senna reinventou a arte de pilotar karts. O primeiro título não demorou muito para vir. Em 1974, Senna conquistou o Campeonato Paulista de Kart, o que se repetiu em 1976. Na mesma categoria, também foi tricampeão brasileiro em 1978, 1979 e 1980 e campeão sul-americano em 1977 e 1980.

Em 1981, Senna ingressou na Fórmula Ford 1600 e, logo no primeiro ano, foram 20 provas, conquistando 12 vitórias. Foi aí que o piloto decidiu usar o nome de solteiro da mãe, já que o sobrenome "Silva" é muito comum no Brasil. Em 1982, já na Ford 2000, disputou os campeonatos britânicos e europeus, quando quebrou todos os recordes. Em 1983, venceu o campeonato inglês de Fórmula 3 pela equipe Dick Bennets, com 13 vitórias em 21 corridas, sendo 9 delas consecutivas. Triunfou também no Grande Prêmio de Macau pela Teddy Yip's Theodore Racing Team. O piloto estava na sua melhor forma e em uma ascendência impressionante - absolutamente nada o tirava do foco que tinha.

Ayrton estreou na Fórmula 1, categoria mais importante do automobilismo, em 1984, correndo pela equipe Toleman. Em cinco corridas, Senna conseguiu resultados positivos em duas, nos GPs da África do Sul e da Bélgica. Em ambas terminou em sexto lugar e realizando um feito considerável para uma equipe que começou a temporada usando o carro do ano anterior, já que não possuíam recursos para estrear um novo nas primeiras provas. Largando em 13°, no circuito de Mônaco, a intenção era repetir os bons resultados. Senna nunca havia pilotado nas estreitas ruas do principado, mas aquele 3 de junho ficou marcado na história da Fórmula 1, assim como a chuva intensa que caiu na região naquele dia. Após a largada, Senna já havia completado a primeira volta ocupando a nona posição, iniciando a história do Rei de Mônaco e do Mestre da Chuva. Correndo com a Toleman, Ayrton aproveitou do seu bom ritmo e dos erros dos adversários no traçado molhado de Monte Carlo para encostar no pelotão da frente. Na décima volta Senna era o sétimo colocado, chegando rapidamente na zona de pontuação (que na época eram apenas os 6 primeiros colocados), assumindo logo a quinta posição em uma ultrapassagem clássica contra Keke Rosberg. Na 14° volta, Senna ultrapassou Rene Arnoux e ganhou o foco nas câmaras da transmissão oficial da televisão. Ao chegar na terceira colocação, o brasileiro só tinha à frente os pilotos dominantes daquele ano, Alain Prost e Nikki Lauda, ambos com a McLaren, ultrapassando o austríaco com uma das manobras mais bonitas da história do GP. O último piloto na volta 19 foi deixado para trás e ninguém acreditava que uma Toleman poderia vencer tão facilmente a McLaren, carro dominante nas quatro das cinco provas realizadas naquele ano. O domínio do piloto brasileiro na chuva conseguiu assombrar a todos em Mônaco e ao redor do mundo. Na volta 31, apenas 7 segundos atrás do francês, o diretor de prova, Jacky Ickx, encerrou a corrida pela falta de condições causadas pela chuva. Segundo o jornalista Reginaldo Leme, apenas anos depois, Ickx revelou que teria sido pressionado pelo dirigente da FISA, Jean-Marie Balestre, que viria a se tornar um grande rival de Senna fora das pistas, para declarar Alain Prost como vencedor da corrida, antes que ele fosse ultrapassado por Ayrton.⁵

Mônaco sempre foi um triunfo na vida de Senna, contando com o incrível segundo lugar em 1984, com uma Toleman, uma pole position no ano seguinte e em 1986 um pódio com a Lotus, ao chegar em terceiro lugar. Nos anos que se seguiram, Senna se tornou o “Rei

⁵ ACELERADOS. Ayrton Senna x Alain Prost: a rivalidade mais brutal que a Fórmula 1 já viu. Disponível em: <https://youtu.be/RBemHVzKV6g>. Acesso em Maio 2023

de Mônaco”, sendo o piloto que mais ganhou nas ruas do principado, título esse que prevalece até hoje, seguido apenas de Michael Schumacher, com cinco vitórias.

Para além do dom de pilotar um carro de corrida, Senna possuía um lado altruísta. Segundo Siqueira (2012), no GP da Bélgica de 1992, o brasileiro parou seu carro no meio da corrida quando notou que o piloto francês, Érik Comas, havia se acidentado. Quando Ayrton percebeu que o piloto estava desacordado com o pé no acelerador, desligou o motor para evitar uma possível explosão. Esse era Senna. Um piloto que queria vencer sob quaisquer circunstâncias, colocando a vida de outros pilotos em risco, mas que também tinha momentos completamente opostos de empatia e sensibilidade.

Apesar dos grandes feitos do brasileiro, Senna ainda era considerado por muitos como um piloto agressivo. Em entrevista ao tricampeão de Fórmula 1, Jackie Stewart, logo após conseguir a polêmica vitória em cima do rival Prost, que o consagrou bicampeão, Senna disse sua marcante frase “If you no longer go for a gap that exist, you are no longer a racing driver (se você não busca qualquer brecha existente, você não é um piloto de corrida)⁶”. Na entrevista, Jackie fez o que poucos tiveram coragem na época, confrontar Senna pela agressividade na pista, e ao final dos questionamentos, o brasileiro disse que nunca mais daria uma entrevista ao tricampeão.

Tamanha projeção despertou o interesse do público na vida pessoal do paulista. Senna, que tantas vezes protagonizou vitórias incríveis no automobilismo, se viu em meio a diversas polêmicas fora das pistas, dentre elas uma envolvendo outro grande piloto brasileiro, Nelson Piquet. Senna foi casado (1981) com a brasileira Lilian de Vasconcelos Souza, porém o relacionamento durou apenas um ano e, por isso, o corredor e rival nas pistas, Nelson Piquet chegou a conclusão que o casamento do paulista terminou anulado pela falta de consumação do relacionamento. Disse em entrevista que “Senna não gostava de mulher por estar há três anos na Fórmula 1 e não possuir nenhuma namorada”. Mesmo após anos da morte do piloto, Nelson ainda se manteve firme nessa história.

Ayrton, além do casamento, possuiu outros grandes relacionamentos durante a vida. Primeiro com a “Rainha dos Baixinhos”, Xuxa Meneghel, que naquela época já era conhecida nacionalmente e pode ser considerada o grande amor da vida do piloto, entretanto, o casal não conseguiu manter a relação pela incompatibilidade de agendas. O último relacionamento público de Senna foi com a modelo, na época com apenas 19 anos, Adriane Galisteu. O

⁶ LEGACY, Senna. AYRTON SENNA [Jackie Stewart - 1990] "Eu corro pra vencer..." (LEGENDADO). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tUmKFS7Crml>. Acesso em Outubro, 2023.

romance começou em 1993 e logo os dois já eram perseguidos pelos fotógrafos. Apesar de se mostrarem apaixonados, a família do piloto não possuía uma boa relação com a modelo, desconfiando que ela apenas queria uma “carona” na fama do tricampeão mundial. No dia do velório, Adriane foi colocada na lista apenas como convidada, enquanto Xuxa ocupava o lugar de destaque na família.

3.1 Rivalidades

Como descrito, os atritos entre Nelson Piquet e Senna não faltaram! Os dois tricampeões brasileiros que conviveram no grid, nunca demonstraram muito companheirismo dentro e fora das pistas. Chama a atenção o talento que os dois possuíam ao volante e uma demonstração disso é o duelo que protagonizaram no GP da Hungria, em 1986, estando Piquet em uma Williams e Senna na Lotus. Naquele fim de semana, Senna cravou a pole, mas acabou sendo ultrapassado em um duelo memorável pelo compatriota, o que fez com que o circuito da Hungria, palco de raras ultrapassagens e corridas muitas vezes monótonas, não saísse mais da cabeça dos fãs do esporte. Foi a segunda dobradinha verde e amarela no campeonato daquele ano.

Sobre rivalidades, é impossível falar de Senna sem citar Alain Prost, o maior rival do paulista durante a carreira na Fórmula 1. O estilo suave e técnico de pilotar deu ao francês o apelido de “O Professor”, sendo que ele já era bicampeão mundial quando Senna se tornou seu companheiro de equipe, na McLaren, naquela época equipada com motor Honda. Os dois foram contratados para formarem o “dream team” da equipe britânica e conseguiram manter a guerra dentro dos códigos do esporte e nos limites da pista, até o GP de Suzuka em 1989. Comentada até hoje, a rivalidade deles, após o Japão, ficou mais intensa e perigosa. A cordialidade e a rivalidade amigável que já havia existido, se desfez completamente, fazendo com que um não pudesse perder para o outro mais.

Prost, que era dono de um humor irônico, se sentia rejeitado pela equipe, já que os japoneses, responsáveis pelo motor Honda da equipe, eram devotados a Ayrton Senna, tanto pelos tempos em que forneciam motores para a Lotus, quanto pela cumplicidade entre dois povos que nutriam o mesmo sentimento de serem esnobados pelos europeus no mundo da Fórmula 1. A manobra polêmica do francês no grande prêmio de Suzuka, no Japão, deixou Senna para fora da pista, sendo que ele precisava terminar a corrida para finalizar o

campeonato em primeiro lugar. Apesar disso, o brasileiro conseguiu uma recuperação histórica naquele dia e cruzou a linha de chegada antes dos demais pilotos. Porém, Prost, que só precisava que Ayrton não terminasse a corrida para sair vitorioso do campeonato, recorreu a Jean-Marie Balestre, um dos dirigentes esportivos da FIA, naquela época, e amigo pessoal do compatriota francês. O resultado foi desfavorável para Ayrton, que foi desclassificado, ficando com Alain o campeonato daquele ano.

Com o clima mais tenso, o que era para ser o “dream team” teve seu fim decretado e Alain Prost se tornou piloto da Scuderia Ferrari em 1990. Tal decisão tornou a convivência dentro dos boxes da McLaren mais amigável, mas o campeonato seguiu acirrado como sempre. Novamente o GP de Suzuka seria palco da definição do campeão de 1990, porém, dessa vez, era Prost quem precisaria vencer para melhorar as chances do título, enquanto Senna precisava apenas que Prost não pontuasse. A disputa durou 800 metros, o brasileiro não fez questão de frear e acertou o carro do francês a quase 250 km/h. Com a disputa encerrada, Senna se tornou bicampeão mundial naquele dia. O ano de 1991 seguiu sem que a rivalidade histórica tivesse mais capítulos, apenas falas ácidas e pequenos encontros na pista, tendo Senna como campeão mundial da Fórmula 1.

Foi também em 1991 a comovente e épica vitória do paulista em terras brasileiras. O sonho de um piloto é vencer no seu próprio país. Em 24 de março de 1991, antevéspera do seu aniversário, Senna conseguiu concluir esse desejo em uma corrida inexplicável, terminando apenas com uma marcha funcionando. Chegou a 65 voltas sem intercorrências, mas logo perdeu a terceira e quarta marcha, percebendo que a caixa de câmbio estava quebrada. Não havia o que fazer naquele ponto do GP. Ou ele continuava do jeito que era possível ou era o fim de mais um sonho. Segundo os arquivos sobre o momento, Senna “não lembrava depois se rezou se rezou ou soltou um palavrão na hora”⁷. Faltavam apenas seis voltas para acabar a corrida e Ayrton se mantinha a sete segundos do segundo colocado, perdendo logo depois a quinta marcha também. Foi quando ele apenas acelerou: “Só voltei a realidade quando vi a bandeirada. Aí senti um imenso prazer em viver, em estar em Interlagos, na minha terra e vendo a minha gente feliz. Não foi a maior vitória da minha vida, mas foi a mais sacrificada” (SENNA, 1991)⁸. O esforço que Ayrton fez com apenas uma marcha, na época com câmbio

⁷ SENNA, Ayrton. Grande Prêmio do Brasil. Disponível em: <https://senna.com/piloto/formula-1/temporada-1991/grande-premio-do-brasil-1991/> Acesso em Agosto. 2023

⁸ SENNA, Ayrton. Grande prêmio do Brasil. Senna. Disponível em: <https://senna.com/piloto/formula-1/temporada-1991/grande-premio-do-brasil-1991/>. Acesso em Maio. 2023

automático, foi tão intenso que cenas do documentário o mostram pedindo para que ninguém tocasse nele. Os brasileiros se sentiram representados naquele dia, com um piloto da própria terra segurando a bandeira pouco vista no automobilismo. Escoltado, ele subiu ao lugar mais alto do pódio emocionado por proporcionar um momento único para o público, levantando o troféu mais pesado da sua vida: “Se esse era o preço de ganhar no Brasil, foi barato. Valeu.” (SENNÁ. 1991)

A expertise de Senna era tanta que ele conseguia tirar do carro muito mais do que a máquina era projetada para fazer. Mesmo com as incertezas e polêmicas, Senna estava sempre preocupado com a vitória e demonstrou um talento dificilmente visto na história do automobilismo, aliado a uma simplicidade única, fazendo dele um herói para a população brasileira, alguém para admirar.

Senna se manteve na McLaren até 1993, quando terminou o ano como vice-campeão. Já no ano de 1994, fechou o contrato com Frank Williams se tornando piloto da equipe britânica e companheiro de equipe de Damon Hill, futuro campeão mundial. O carro pilotado por Ayrton era rápido, mas muito instável, até para o melhor piloto. A Benetton, de Schumacher, vinha ganhando cada vez mais força, sendo ele o campeão mundial daquele ano. O brasileiro já possuía 41 vitórias, 65 pole positions e três campeonatos mundiais quando voou para San Marino em Ímola, na Itália.

Aquele fim de semana ainda está marcado na memória de muitos. Durante os treinos na sexta-feira, o brasileiro Rubinho Barrichello sofreu um grave acidente que o impossibilitou de participar do GP, e foi no sábado que o austríaco Roland Ratzenberger sofreu um acidente, dessa vez fatal. Apesar da fama de piloto agressivo, Senna buscava melhorar as condições de segurança do esporte depois de tantos acidentes graves, e após a fatalidade do piloto austríaco, Senna convocou uma reunião com os pilotos no sábado para discutir sobre a segurança do esporte, eles estavam muito inseguros com as mudanças de regras feitas de 1993 para 1994.

O automobilismo sempre foi um esporte arriscado e os pilotos possuíam, assim como até hoje, essa consciência. Senna largou bem na pole ao lado de Michael Schumacher no dia 1º de maio, mas, na sétima volta, o carro da Williams se chocou contra o muro da curva Tamburello e com o impacto, a barra de suspensão se soltou e bateu diretamente contra a cabeça do piloto brasileiro. O momento foi transmitido ao vivo e a narração do locutor esportivo da emissora Rede Globo de televisão, Galvão Bueno, ficou marcada na memória dos brasileiros. Ayrton foi logo socorrido pelos paramédicos e levado de helicóptero até o Hospital

de Ímola, mas o piloto já não estava mais com vida. Schumacher venceu aquele dia, mas não havia clima para as comemorações. Foi decretado 3 dias de luto nacional no Brasil em respeito ao ídolo que partiu. O velório aconteceu no Morumbi, em São Paulo, no dia quatro de maio e durou cerca de 22 horas.

Após o acidente que matou um dos maiores pilotos que a Fórmula 1 já viu, houve algumas mudanças na segurança do esporte, como por exemplo os capacetes, que atualmente fabricados em fibra de carbono, absorvem mais impacto do que os de 94, além de contarem com uma abertura menor para a visão dos pilotos e viseiras mais resistentes para evitar que destroços atinjam a face. Além do capacete mais resistente, os pilotos contam também com o Hans, adotado no início dos anos 2000 que protege a coluna cervical de movimentos bruscos capazes de gerar lesões perigosas.

O jornalista Luiz Paulo Lima escreveu como título da matéria do Jornal do Brasil (1994): “Senna vira mito e tem maior enterro da história do país”. Foram cerca de um milhão de pessoas acompanhando o corpo do Aeroporto de Guarulhos até a Assembléia Legislativa, onde foi velado, durante os 30 quilômetros do percurso de carro aberto, além dos 250 mil visitantes no velório e 500 mil pessoas no enterro. Todas as emissoras do país estavam presentes transmitindo o funeral, sendo assistidas pelos europeus pela Eurosport e o resto do mundo pela TV americana CNN.

A amizade com o maior rival das pistas, Alain Prost, nunca aconteceu, mas durante os últimos meses as lendas do automobilismo conseguiram estreitar as relações em momentos marcantes. Dentre eles, a longa ligação de Senna para Prost contando sobre a certeza de que a Benetton de Schumacher estava fora do regulamento. O segundo aconteceu no fatídico 1º de maio, quando Senna foi convidado para narrar, de dentro do carro, a primeira volta do GP para uma TV francesa e o brasileiro fugiu completamente do script, enviando um recado para o companheiro: “Alain, eu sinto falta de você”⁹. De acordo com a Folha de São Paulo em uma reportagem especial, o caixão foi saudado com três salvas de tiro de fuzil diante de 120 homens do exército, sendo entregue a 12 cadetes da Polícia Militar que o carregaram até o túmulo.

De maneira geral, podemos afirmar que a cobertura jornalística da imprensa relacionada à morte do piloto Ayrton Senna desempenhou uma função semelhante àquela observada nos jogos fúnebres da Grécia Antiga, que eram realizados após o falecimento de

⁹ ACELERADOS. Ayrton Senna x Alain Prost: a rivalidade mais brutal que a Fórmula 1 já viu. Disponível em: <https://youtu.be/RBemHVzKV6g>. Acesso em Maio 2023

corajosos guerreiros. Essa função consistiu em elevar Senna à categoria de herói, transcendendo a esfera humana e aproximando-o do divino. Além disso, ao destacar o lamento de um de seus maiores rivais, que também era uma figura idolatrada, a cobertura teve o propósito de confortar os fãs, estreitando a ligação deles com essas figuras veneradas.

Ayrton Senna ficou conhecido como o “Rei de Mônaco”, o “Mestre na chuva”, “herói nacional” e, acredita-se, que nunca será esquecido no mundo do automobilismo. Seu nome é comentado até hoje nas pistas e continua sendo o ídolo de muitos pilotos que estão no auge da carreira, que veem seus recordes como algo a ser batido. Outros brasileiros se arriscaram no esporte a motor, mas nenhum deles chegou a ser para o Brasil o que Senna representou e representa até hoje.

Figura 1. Funeral de Ayrton Senna



Figura 1. Funeral de Ayrton Senna

Fonte: O GLOBO. Disponível em:

<https://blogs.oglobo.globo.com/blog-do-acervo/post/fotos-resgatam-tristeza-no-brasil-com-morte-de-ayrton-senna-ha-25-anos.html>

Desde tempos antigos, as sociedades têm gerado narrativas mitológicas. O mito tem servido e continua servindo como um meio para comunidades humanas entenderem suas contradições, expressarem paradoxos, dúvidas e inquietações.

Segundo os gregos da antiguidade, o mito desempenhava um papel fundamental ao apresentar modelos exemplares para uma ampla gama de rituais e atividades de significado, como casamento, trabalho, educação, arte, sabedoria e muitos outros aspectos de nossa vida

diária. Os mitos da Antiga Grécia não eram apenas histórias cativantes, como Randazzo (1997, p.63) explica. Segundo o autor, "eles representam padrões arquetípos de experiência humana que existem desde o começo dos tempos e atravessam todas as culturas."

O desenvolvimento do mito teve início em uma época em que a ciência atual ainda não existia. Na verdade, podemos identificar expressões e manifestações míticas em muitos eventos cotidianos contemporâneos, como no esporte, na televisão, no carnaval e em outros contextos. O mito, portanto, persiste em todos os períodos e culturas, não é simplesmente um delírio ou uma farsa, ele se torna parte natural da vida cotidiana, sendo uma das formas essenciais da existência humana em seu contexto.

Nas culturas que antecedem a tecnologia, a criação dos mitos ficava a cargo dos líderes políticos e religiosos, sendo muitas vezes transmitidos de pais para filhos. Atualmente, envoltos pela comunicação em massa, o papel do mito fica por conta dos artistas, "como se seu papel fosse a mitificação do ambiente e do mundo" (RIBEIRO, 2006)

Os veículos de comunicação de massa criam mundos simbólicos, nos quais os seres humanos consigam projetar os seus sonhos, medos e fantasias. O mito consegue moldar a vida das pessoas mesmo quando elas não percebiam isso. No âmago de muitas mitologias encontra-se um símbolo que circula o curso da própria mitologia e, por conseguinte, influencia a vida das pessoas que entram em contato com ela. A mitologia contemporânea se afasta do coletivo, uma vez que envolve dinheiro, fama e transcende os padrões comuns de vida. Para Simone Ribeiro, a peculiaridade reside na proximidade com que esses mitos dos tempos modernos são construídos: eles partilham com os seres humanos paixões em comum, medos, traumas, alegrias, amores, ódios...

Barthes (2003, p. 09) declara que o mito não pode "ser um objeto, um conceito ou uma ideia: ele é um modo de significação, uma forma". O autor francês afirma isto, pois, para ele, o mito é uma fala, e já que o mito é uma fala, ainda segundo Barthes "tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. Barthes (2003, p.11) completa que o mito contemporâneo "é desconstruído: ele não se enuncia mais em grandes narrativas constituídas, mas somente em discurso; é, quando muito, uma fraseologia, um corpus de frase (de estereótipos); o mito desaparece, mas permanece, tanto mais insidioso, o mítico". Pensando nessa narrativa, os mitos não param de aparecer e, por isso mesmo, a cada dia surge um novo modelo a ser seguido. Em muitas das histórias mitológicas, a presença do herói é marcante, nestas situações, o herói consegue se controlar mesmo em momentos adversos,

passa por obstáculos difíceis ou quase intransponíveis para os mortais e realiza façanhas que trazem o bem para a coletividade. Observa-se, que os meios de comunicação de massa mitificam seus personagens, colocando-os no status do herói guerreiro. Com Ayrton Senna não foi diferente, para o seu povo ele era o herói desafiando a morte, representando o seu país.

Não se pode dizer que o imaginário popular perante a esse título de “herói nacional” foi construído apenas por uma estrutura, mas sim por três, segundo Simone Ribeiro, sendo elas a carência da mídia e do povo por heróis nacionais, e o próprio Ayrton.

O futebol, a maior paixão nacional desde os anos 70 sofria com as decepções em campo, faltava a vitória, e naquela época, os gramados eram, até então, palco de decepções dos brasileiros. Os homens precisam de heróis vitoriosos, para que no pódio, se reconheçam e recebam juntamente com o ídolo, o fascínio da glória. Sendo assim, o público passa a depositar toda a esperança em cima daquele que parece ter finalizado o difícil percurso da realização de um sonho. O automobilismo fez esse papel na vida de Ayrton, que aparecia como grande ídolo nacional devido à sua carreira, até então, meteórica como já descrita anteriormente. Além do fato de que o outro piloto brasileiro presente nas competições de automobilismo na época, e com chances de pódio, Nelson Piquet, não se propunha a participar das investidas da imprensa, que é um dos alicerces na construção de um mito ou de um herói.

Assim como em qualquer outro país, a sociedade precisa de heróis e modelos. O esporte, apesar de ser um fenômeno de massa, não consegue se sustentar por muito tempo sem a presença desses heróis, estrelas ou ídolos, uma vez que eles levam as pessoas a se identificarem com aquele evento. E com esta massificação dos costumes na sociedade, por meio do esporte, a mídia tem papel fundamental. No caso de Ayrton Senna com a mídia brasileira, esta alegoria por muitas vezes tornou-se praticamente real, com reportagens destacando o piloto como a estrela da trama e Alain Prost como vilão e Jean-Marie Balestre como o dirigente mafioso.

Para Távola: “No Brasil, observa-se um total obnubilamento da capacidade de ver o adversário, considerá-lo, examinar-se-lhe as táticas, virtudes, formas de atuar. Tal verificação parece acentuar-se nos limitações ancestrais as quais preferimos não enfrentar, por medo de suas constatações.”(TÁVOLA, 1984, p. 287). O Brasil não possuía mais nas chuteiras os seus sonhos de vitória, mas sim naquele que vestia capacete, macacão e calçava as luvas, e a mídia

esportiva, parte levada por este processo de busca do herói, parte responsável pela consolidação dessa posição, apostou na Fórmula 1.

Senna, em respeito às estruturas que construíram o conceito de herói nacional, fez o papel típico desta parceria entre herói e mídia, muitas vezes fundamental para o atleta, que necessita do retorno publicitário para seus patrocinadores. Os jornalistas especializados que vivenciaram o dia-a-dia da cobertura da categoria do automobilismo, na época da passagem do piloto brasileiro pelo esporte, costumam citar com frequência a preocupação constante de Senna com sua imagem.

Se no exterior a preocupação com a mídia já era um dos pilares da construção da carreira de Ayrton Senna, ela teve um aumento significativo conforme a carreira do piloto se impulsionava com vitórias e títulos. O piloto apenas falava com a mídia em concorridas coletivas de imprensa. Gomes (2005) inclusive, diz em seu livro, que um dos procedimentos padrões na fase de Senna na Fórmula 1 era marcar somente uma entrevista exclusiva por ano entre os principais jornais do país, numa demonstração de quão rígida chegava a ser a organização em torno do piloto.

Mesmo tentando ter controle, Ayrton, como qualquer outra grande figura em um país, sofria com a constante invasão de sua privacidade, sendo o esportista que de longe era o mais visado por paparazzi no Brasil e no mundo devido à sua fama internacional. Sua vida fora das pistas foi bastante retratada pela imprensa, não apenas de fofocas e celebridades em geral. De acordo com Ribeiro (2006) ficaram conhecidas, principalmente, as reportagens sobre sua vida pessoal, desde o envolvimento com a apresentadora de televisão Xuxa, a quem muitos diziam haver acordos de interesse de ambas as partes por influência da TV Globo, e outras namoradas, como Adriane Galisteu, com quem o piloto relacionava-se em 1994. Estas exaustivas rotinas de cobertura midiática só vêm a reforçar o perfil de herói que vai se contornando em Ayrton Senna, já que este conflito é típico do “herói arquetípico”.

“Senna pra mim não é um herói, ele é um MITO. O herói geralmente tem algo de sobre-humano. O Senna era um super humano! Alguém com toda humanidade do mundo: vaidades, defeitos, irritações, talentos e dons.”¹⁰

¹⁰ BLOG DA QUALIDADE. Senna, pra mim, não é um herói. Disponível em: <https://blogdaqualidade.com.br/senna-para-mim-nao-e-um-heroi/> Acesso em outubro, 2023

4. O Telejornalismo

Itania Maria Mota Gomes, em “Metodologia de análise do telejornalismo” (2011), considera que “o conceito de gênero televisivo permite compreender as regularidades e as especificidades em produtos que se configuram historicamente. Permite dizer tanto do jornalismo como ideologia, valores, normas quanto das formas culturais historicamente dadas e, sobretudo, vincular nosso objeto de análise ao processo comunicacional. Esse gênero televisivo é entendido como uma estratégia de comunicabilidade”(GOMES, 2011, p.18).

A prática profissional do jornalismo aplicada à televisão é chamada de telejornalismo e se distingue de outros veículos por ser o único a aliar o imediatismo, agilidade e instantaneidade à imagem, antes do surgimento de outros formatos que apresentam atuação semelhante, como as redes sociais digitais. Em um telejornal, as notícias são relatadas em diversos formatos, como a nota simples, ou seja, o que compreende uma narração ao vivo, do apresentador em estúdio que não acompanha imagens; a nota coberta (com imagens acompanhadas de voz); e a reportagem, a forma mais completa de apresentar a notícia, entre outras.

O telejornalismo é, então, uma construção social, no sentido de que se desenvolve numa formação econômica, social, cultural particular e cumpre funções fundamentais nessa produção. A concepção de que o jornalismo tem como função básica tornar a informação publicamente disponível e de que o faz através das várias organizações jornalísticas é uma construção: é da ordem da cultura o jornalismo ter se desenvolvido deste modo em sociedades específicas.

As noções de objetividade e imparcialidade no jornalismo são mais apropriadas a uma concepção empirista da realidade que está fora do enquadramento da nossa perspectiva teórica. É certo que a objetividade é construída e tem uma hereditariedade comercial (SCHUDSON, 1978; DAYAN, 2005), entretanto, ambas as noções são úteis na análise porque enquadram o modo como o jornalismo é socialmente aceito, e regulam, pelo menos retoricamente, as ações profissionais e as expectativas do público. (GOMES, 2011, P.21)

O estímulo de um jornal televisivo está em harmonizar a informação com a imagem, pois, especificamente aqui, a imagem se encontra em posição de destaque. Nos casos de falta das imagens para uma notícia, os jornalistas podem recorrer aos recursos gráficos como por exemplo mapas, fotos e infográficos para que a notícia não fique incompleta.

A linguagem de um telejornal precisa ser simples e coloquial para chegar ao maior número de pessoas possíveis, evitando o uso de gírias que possam confundir o telespectador. Sendo assim, é preciso que o jornalista da televisão saiba técnicas de entrevista ao vivo e, dessa maneira, consiga driblar o tempo, para que o entrevistado não se prolongue muito na resposta. Na televisão, principalmente, o tempo é um fator decisivo.

Mesmo que o telejornal exerça e tenha a função de informar ao telespectador os acontecimentos, essa não é sua única função. A partir do momento em que o telespectador analisa e observa o telejornal por meio de suas reportagens, o objetivo se limita a uma coisa: confiabilidade, como delimita Arlindo Machado (2007). É necessário lembrar que o jornalismo discute um acontecimento, não sendo ele quem faz a história, e por isso a descrição não será exatamente igual ao ocorrido, mesmo porque não há parcialidade no fazer jornalismo.

Mas ao colocar em circulação e em confronto as vozes que ‘relatam ou ‘explicam um conflito, ao tentar encaixar as vozes, umas ‘dentro’ das outras, o que faz mais exatamente o telejornal é produzir uma certa desmontagem dos discursos a respeito dos acontecimentos. (MACHADO, 2000, p.110).

Dessa forma, é perceptível que a ideologia preexistente do espectador exerce um papel na interpretação das notícias, possuindo um impacto direto na confiança depositada no telejornal em questão.

No telejornalismo, as imagens disponíveis são os artifícios principais na composição de uma matéria. Não quer dizer que a união entre imagem e texto sejam sinônimos de descrição da cena, mas sim de criar um enredo para o que vai ser transmitido. Sendo assim, é fundamental encontrar e combinar os elementos da imagem que possibilitem o casamento com o texto, revelando maior realidade à informação que vai ser repassada para o telespectador. No telejornalismo, é necessário que a emoção se conecte com a entonação das palavras, conforme leciona Somma Neto (2018). A imagem possui uma linguagem própria, e faz parte desse mecanismo o som que ela emite. Dessa forma, a sonoridade das imagens deixa a mostra o ambiente da notícia e buscam o telespectador para dentro da cena, o que além de causar um impacto maior em quem assiste, transforma a notícia em algo mais verdadeiro.

Os jornalistas não são atores, porém utilizam-se de ferramentas usadas nos teatros para desenvolver suas habilidades frente às câmeras para as comunicações não verbais. O constante

ensaio dos textos e as trocas profissionais com outros telejornalistas garantem o sucesso das notícias bem transmitidas. O comportamento em frente às câmeras e as expressões faciais são ensaiados com o objetivo de impactar e prender a atenção de quem está assistindo.

4.1 Telejornalismo no Brasil

Por 70 anos, a televisão conseguiu se estabelecer como uma mídia de grande influência na vida dos brasileiros, porém, para que isso se consolidasse, as transformações necessárias foram muitas. No início, a televisão poderia ser considerada como um rádio com imagens, fazendo com que os profissionais da comunicação da época, ainda despreparados para o uso de algo como aquele aparelho, usassem a voz como principal instrumento de trabalho. Por mais que no começo a televisão ainda significasse um produto que apenas a elite brasileira alcançasse, hoje ela faz parte da rotina da maioria da população brasileira, e é um dos principais meios de comunicação utilizados para a busca de informações e notícias. “Podemos dizer que se operou uma revolução no comportamento cotidiano do brasileiro, principalmente o das grandes cidades, pois, no início, só nelas é que havia transmissão.” (BAUER, 2002, p.31)

O telejornalismo no Brasil teve início em setembro de 1950, com a inauguração da PRF-3 TV Tupi-Difusora de São Paulo, que, de acordo com a pesquisadora Valquíria Passos Kneipp (2008), em seu texto “A Trajetória da formação do telejornalista brasileiro - as implicações do modelo americano”, foi a primeira emissora de televisão brasileira. Durante o espetáculo de inauguração, Show na Taba, foram apresentadas várias entrevistas com autoridades, artistas e técnicos, além de uma reportagem mostrando as instalações da emissora e uma crônica apresentada pelo jornalista Maurício Loureiro Gama.

Dois dias depois, foi ao ar Imagens do Dia, o primeiro telejornal diário da TV Tupi de São Paulo e o primeiro da televisão brasileira. Mais tarde, em 20 de janeiro de 1951, iniciaram-se as transmissões da TV Tupi Rio de Janeiro. Na época, o telejornalismo das duas emissoras continha poucas imagens, pois as notícias vinham das rádios e dos jornais da empresa Diários e Emissoras Associados, à qual as TVs pertenciam. Quando o sucesso da televisão brasileira estreou, a TV Tupi São Paulo em 1953, e em 1954, na Tupi Rio, considerado o mais importante telejornal da década de 1950, os jornais transmitiam notícias nacionais e internacionais e não se baseava mais em recortes de jornais, como seus

antecessores. O programa tinha o mesmo formato do norte-americano *Your Esso Repórter* e seu conteúdo era de responsabilidade de uma agência de publicidade, que o entregava pronto.

A rádio foi de grande importância para os telejornais, visto que no início os apresentadores e âncoras dos programas eram radialistas. Por possuírem a voz marcante e o treino para improvisação, os profissionais das rádios eram convidados a participarem dos telejornais, já que o estilo do jornal era praticamente um jornal de rádio, lido ao vivo diante da câmera. “O estilo do jornal era quase um jornal de rádio, lido diante da câmera. Não tinha teleprompter, o jeito era pegar as laudas e ler olhando ora para a câmera, ora para a lauda.” (FANUCCHI, 2006 apud. KNEIPP, 2008, p. 89). Dessa maneira, o telejornalismo brasileiro também buscava inspirações em outros países. Por ser o começo de uma mudança na mídia jornalística brasileira, a maioria dos jornalistas, roteiristas e editores não possuíam experiência, e por isso o modelo norte-americano foi utilizado como base para essa nova construção. Não era apenas na estrutura ou construção das matérias dos telejornais que se percebia a semelhança nos modelos norte-americanos. No começo, até as trilhas das aberturas eram as mesmas dos telejornais americanos.

Mesmo com os desafios de se construir um telejornal, o Brasil conseguiu destaque na década de 1960, com o *Jornal de Vanguarda*, chamado antes de *Jornal da Cidade*, criado em 1963 transmitido pela TV Excelsior. O telejornal transitou entre diversos canais e foi transformado muitas vezes pela censura durante a ditadura militar no Brasil. Já na TV Tupi, houve uma necessidade de mudança na estrutura dentro do estúdio ao ser transmitido, e para o criador do telejornal, Fernando Barbosa Lima, que foi entrevistado por Valquíria Passos Kneipp, não era mais interessante para o telejornal ter um apresentador radialista com um estúdio pequeno e apenas uma câmera. O telejornal deveria se adaptar à televisão, exigindo novas direções e por isso foram colocados em um estúdio oito apresentadores, dentre eles os locutores Cid Moreira, Luís Jatobá e Jorge Sampaio. O *Repórter Esso* permaneceu no ar até o fim de 1970, depois de ter sido líder de audiência durante muitos anos. Já no Rio de Janeiro, em 1955, a patente da TV Tupi como única emissora da cidade e do estado foi quebrada com a inauguração da TV Rio, canal 13. Nesse início a emissora começou a integrar, com a TV Record, as Emissoras Unidas, compondo entre essas duas emissoras, um elo que permitiria, futuramente, a troca de produções.

A proposta de inovação e coordenação ao apresentar o telejornal fez com que o *Jornal de Vanguarda* fosse premiado na Europa. A disputa aconteceu com grandes telejornais do

mundo e a TV Vanguarda se saiu melhor na disputa contra a BBC. A ditadura militar mudou muitos ambientes dentro do Brasil e o telejornal foi um dos que precisou se adaptar às imposições do governo, sem deixar de lado as críticas, que eram comentadas pelos apresentadores que opinavam ao ler o texto. O telejornal conseguiu disfarçar as críticas e comentários sobre o regime militar, mas a insistência pela liberdade de expressão não conseguiu passar por cima do Ato Institucional nº5 (AI-5). Dessa maneira, foi encerrado o Jornal de Vanguarda no ano de 1968, por Fernando Barbosa Lima, com o comunicado: “Cavalo de raça se mata com um tiro na cabeça”.

O canal de televisão da Rede Globo, mais famoso da televisão aberta brasileira, iniciou suas transmissões no Brasil, no ano de 1965, com o Jornal Nacional em 1969, sob a apresentação de Hilton Gomes e Cid Moreira. Considerado um marco na história da TV brasileira, a Rede Globo foi pioneira da TV em cores no Brasil, em 1972 e contava com uma programação nacional, na qual em 1975 o canal já ficava no ar 24 horas por dia, sendo mais de cinco horas diárias dedicadas exclusivamente ao jornalismo.

Depois da Guerra Fria, o professor Ciro Marcondes Filho, mencionado no texto de Carlos Bauer (2002), evidencia que é possível perceber duas fases na história da televisão: “Na primeira fase, a televisão era caracterizada como um meio de comunicação que permitia que as pessoas vissem o mundo através da tela. Usava-se a metáfora da ‘janela’: a televisão era uma janela aberta para o mundo.” (Marcondes apud BAUER. 2002 p, 34). Dessa forma, se entende que a televisão é a janela para o mundo, ou seja, as pessoas assistiam aquilo que queriam ver. Já na segunda fase, a televisão não é mais uma janela, agora sua função é simular o mundo. “Ela não é um ponto intermediário entre o acontecimento e um telespectador, é um ponto final ou um ponto inicial. As coisas partem dela e chegam até o telespectador. A diferença agora é esta: ela não transmite o mundo, ela fabrica mundos.” (MARCONDES apud BAUER. 2002, p.35).

Atualmente, o Jornal Nacional envolve mais de 500 profissionais no Brasil e no exterior, sendo transmitido à noite, considerado horário nobre da televisão, de segunda a sábado. Hoje, tem como âncoras dois jornalistas renomados da televisão brasileira: William Bonner, como editor chefe, e Renata Vasconcellos. O jornal transmite notícias internacionais e nacionais, de âmbito político, econômico, esportivo e atualidades, e é considerado um telejornal de credibilidade diante da população.

A Rede Globo, além de ser a maior emissora de televisão do Brasil e uma das maiores do mundo, enfrenta críticas constantes em relação à sua influência na sociedade brasileira. Ao longo dos anos, o grupo se envolveu em diversas controvérsias. Com sua rede de Geradoras e Afiliadas, a Globo alcança quase cem por cento dos municípios brasileiros, atualmente. Com o avanço das tecnologias, as fontes de informação se tornaram cada vez mais diversas. A programação televisiva, em particular os telejornais, pode ser um recurso interessante para estimular a busca de informações tanto por parte dos educadores quanto dos alunos. A principal contribuição está em perceber que a atualidade não é fruto do acaso, mas sim uma manifestação da trajetória do passado.

A Rede Globo, como uma empresa privada, direciona sua programação jornalística para o público em geral, mas com objetivos e interesses específicos. Por outro lado, a TV Cultura, como uma emissora pública, direciona sua programação para o conhecimento educacional. (BRUFATI. 2013, p 05)

Qual é a marca registrada do Jornal Nacional? A resposta está na história desse telejornal, que surgiu como um programa de integração nacional, transmitindo seu sinal de norte a sul do país pela primeira vez. Durante o período da ditadura militar (1964-1985), houve grandes avanços tecnológicos nessa área, como o pioneiro sistema de transmissão via satélite e microondas da Embratel (Piccinin, 2008). O Jornal Nacional recebeu impulso com o apoio do governo militar. Observando que o modelo do telejornalismo brasileiro reflete a produção do jornalismo "limpo" americano, Piccinin (2008) destaca que, assim como o Jornal Nacional, todos os outros telejornais da Rede Globo estão comprometidos com os princípios do modelo americano.

O Jornal Nacional mantém o valor do intervalo comercial mais caro de toda a programação das emissoras abertas. Isso significa que, em outubro de 2005, os anunciantes pagavam de R\$291.710,00 a R\$437.565,00 (intervalo exclusivo para o mercado nacional) para veicular um comercial de 30 segundos. Na Rede Record, o custo mais alto para exibição de comerciais também está nos intervalos do programa jornalístico do horário nobre. Em setembro de 2005, um comercial de 30 segundos veiculado no intervalo do Jornal da Record, apresentado por Bóris Casoy, custava R\$ 73.978,00. Na Bandeirantes, o Jornal da Band também concentra os maiores investimentos publicitários da emissora. O anunciante gastava R\$ 40.165,00 para veicular um comercial de 30 segundos nesse telejornal, desde abril de 2005.

Para Iluska Coutinho (2018), a televisão brasileira tem a função de estimular a informação para a população, afirmando que entender a estrutura narrativa de um telejornal possui um papel importante para futuras análises: “Compreender o telejornal a partir de sua dimensão narrativa e, nesta, da forma de avanços dos conflitos e situações problema, permitiria uma leitura analítica mais próxima de sua experiência de consumo, associando instâncias racionais, descritivas e sensoriais.” (COUTINHO. 2018, p.187)

Os limites do conhecimento impostos pelo modo de distribuição das informações jornalísticas audiovisuais também afetam a América Latina e um exemplo especial é a Telesur, que enfrentou uma batalha pós-moderna para conseguir ir ao ar. A nova rede ressaltava a possibilidade de oferecer uma representação heterogênea das experiências culturais e políticas da América Latina, buscando até mesmo inovação estética na produção de seus programas. Hoje, ao final, podemos ter acesso à Telesur, porém as inovações ainda são apenas um desejo. A multiplicação de canais nos proporciona, no mínimo, a oportunidade de assistir ocasionalmente a um telejornal estruturado como o Giro, da TVE (espanhola). Em contrapartida, o aumento significativo do número de canais ou da circulação de notícias não significa necessariamente uma melhora nos conteúdos transmitidos.

Mesmo com uma justificativa contraditória de que a concorrência diminui a qualidade da produção jornalística, a revista *The Economist* anunciou que a Universidade de Oxford criou um grupo de trabalho para estudar a criação de um Instituto de Jornalismo, com o principal objetivo de colaborar na melhoria dos padrões do jornalismo inglês. Esse processo acontece em um país onde não é exigida uma formação acadêmica específica para o exercício profissional de jornalismo (Lima, 2005). As coberturas jornalísticas da CNN, o canal de notícias norte-americano 24 horas que se destacou durante a Guerra do Golfo, também estão sendo revisadas pelos próprios realizadores.

Na 14ª Conferência Mundial de Jornalistas da CNN, que celebrou o 25º aniversário da rede de notícias norte-americana, a emissora anunciou planos de mudanças tecnológicas e na programação para enfrentar a concorrência, especialmente da Fox News. A rede fundada por Ted Turner transformou a maneira como a informação circula na sociedade global e foi responsável pelo surgimento de mais de 70 emissoras de notícias 24 horas ao redor do mundo. Atualmente, a CNN alcança 260 milhões de residências e 1,5 bilhão de pessoas têm acesso a algum de seus serviços, porém, não é o canal de notícias mais assistido nos Estados Unidos.

A independência da imprensa norte-americana foi questionada de forma geral a partir da devastação causada pelo furacão Katrina. Intimidada pela Casa Branca, a mídia deu início a saída da inércia e após o 11 de setembro, os veículos de comunicação se autocensuraram pelo medo de contradizer a maioria conservadora, mas se atreveram a mostrar a tragédia causada pelo Katrina, sem a tutela oficial. A CNN chegou a contestar judicialmente a proibição de exibir corpos das vítimas do furacão e forçou o governo a recuar.

O campo da comunicação vai além do estudo dos meios e é capaz de gerar um conhecimento específico sobre a socialização e a produção de significados na atualidade, resultado dessa nova realidade histórica. Os serviços da indústria da comunicação, a regulação da mídia e as novas tecnologias de informação deveriam priorizar o interesse público, dando ênfase ao conhecimento e não apenas ao mercado. Se os cidadãos não têm acesso a uma diversidade de opiniões e interpretações, o dilema da democracia não pode ser solucionado.

5. A teoria do Telejornalismo

Raymond Williams (1969) concebe o telejornalismo como uma construção social intrinsecamente relacionada ao contexto econômico, social e cultural em que se desenvolve. Desempenha funções cruciais nesse cenário específico. A noção de que o jornalismo tem a função institucional de disponibilizar informações publicamente através de diversas organizações jornalísticas é, em si mesma, uma construção cultural. É resultado do desenvolvimento do jornalismo adaptado às peculiaridades de determinadas sociedades.

O telejornalismo estabelece um espaço de criação e interpretação da realidade apesar de se representar como um conciliador entre a sociedade e os acontecimentos. A televisão, segundo o jornalista Antônio Brasil em seu artigo intitulado “O ensino de telejornalismo no Brasil: entre a teoria e a prática”, pode ser considerada um espelho do país.

O Telejornalismo reflete a cultura predominante em nossa sociedade, com os seus valores e estereótipos representados de forma exacerbada. A televisão pode ser considerada um espelho do país. De acordo com historiadores e estudiosos do meio, suas características predominantes já podiam ser identificadas no final da década de 1950, quando surgiu a primeira televisão brasileira. (BRASIL, 2001, p.42)

A teoria do telejornalismo examina principalmente o impacto dos programas de notícias televisivas e busca, por isso, entender como as notícias são selecionadas e apresentadas aos telespectadores. Uma das principais vantagens é o alcance que o telejornalismo possui, conseguindo abranger um público diversificado e atraí-lo por meio das imagens que são transmitidas.

A notícia é um tipo de discurso que opera através de convenções específicas, desempenhando um papel fundamental na construção do jornalismo como uma instituição socialmente reconhecida. Dentro desse contexto, conceitos como imparcialidade e objetividade são fundamentais, assim como as distinções entre fatos e ficção, e entre informação e entretenimento. Quando se trata da notícia televisiva, ela é moldada pelos discursos mais amplos presentes na televisão, ou seja, em outras palavras, a configuração da notícia, independentemente de ser ouvida no rádio, lida em jornais ou vista na televisão, é amplamente influenciada pelas características próprias do meio em que é veiculada.

Uma das principais e fundamentais teorias do jornalismo é a teoria do gatekeeper, que argumenta sobre o papel fundamental dos jornalistas na seleção das notícias que são repassadas para os telespectadores. O gatekeeping, de acordo com Pamela J. Shoemaker e Tim P. Vos (2011, p.11), “é o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna. Esse processo determina não apenas qual informação será selecionada, mas também qual será o conteúdo e a natureza das mensagens, tais como as notícias. Os jornalistas atuam como “porteiros” decidindo quais informações serão relevantes e deveriam ser incluídas nas notícias circuladas.

A teoria do newsmaking também se realça no desenvolvimento da produção de notícias. De acordo com a Revista Anagrama (2020, p.1): “A teoria do newsmaking pressupõe que as notícias cumprem uma rigorosa rotina industrial determinada pelos veículos de comunicação por causa da quantidade excessiva de fatos presentes no cotidiano.” Ou seja, são composições sociais que representam as decisões dos telejornalistas.

É importante ressaltar que o telejornalismo não é imparcial nem neutro, a tecnologia dos meios de comunicação constroem o próprio real. O telejornalismo e o telejornal em si utilizam de determinados recursos para alcançar um discurso o mais verdadeiro possível, fazendo isso por meio da retórica e do uso de uma linguagem própria.

Teun Van Dijk (1996) sugere que a apresentação jornalística não deve ser vista somente por meio de suas estruturas, mas também pelos processos de produção e dos planos estruturais que ficam implícitos ao texto jornalístico. Segundo o autor, a produção de notícias presume as atividades e as interações próprias do jornalismo, tanto entre os jornalistas quanto a sociedade.

Para Américo de Souza (2010), o jornalismo pode ser visto enquanto forma de conhecimento parcial e repleto de opinião. O que pode ser considerado também, em progressão para a verdade, uma vez que “se situa entre o rigor sistemático e analítico próprio das ciências, e o menos prevenido recurso ao senso comum”(SOUSA, 2010, p.8). Sendo assim, para tornar o fato em notícia, o jornalista utiliza do senso comum para produzir um conhecimento social e político, por um lado, e, por outro, a exatidão da ciência.

Em suma, o objetivo do telejornalismo seria compreender como as notícias são indicadas, produzidas e disseminadas pela televisão, e como essa execução pode ter influência na formação da opinião pública, assim como as teorias podem ajudar a entender como o telejornalismo pode impactar na sociedade. A análise teórica da produção de um telejornal compreende pontos como a seleção de pautas, a escolha de fontes, a hierarquização das notícias e a performance do apresentador ou do repórter, e todas essas características contribuem para uma construção discursiva.

6. Cenários dos veículos brasileiros

Os cenários no telejornalismo podem ser descritos como um espaço no qual os apresentadores se mostram para o público telespectador, sendo uma parte importante no segmento de formação e estruturação. Em comparação a teledramaturgia, a proposta do telejornalismo é mais formal porém existe o mesmo nível de preocupação na elaboração. Na televisão, o uso do espaço na construção dos cenários nem sempre se compara à proporção vista pela tela do aparelho de TV, suas dimensões e estruturas são na maioria das vezes menores do que se imagina. O que nos parece um imenso cenário de grande profundidade através da tela da TV, quando visto diretamente, tem suas reduções e adaptações de acordo com as dimensões físicas do estúdio em que será montado, assim como a cenografia da televisão também possui uma capacidade de mutação, sendo observada de diversas formas, e em cada época o conceito cenográfico tem o seu significado alterado.

O publicitário Décio Pignatari reflete que a televisão é um veículo de veículos, na qual a linguagem “combina todas as linguagens, numa produção seriada e industrializada da informação e do entretenimento” (1984 p.14). Seria um rio com os afluentes, cujos cenários estão intrínsecos a este rio (o enredo), resultando em um elemento fundamental na trama. A mensagem televisiva é influenciada pela linguagem do desenho, da fotografia, do cinema, da literatura e do jornalismo, do teatro, do rádio, etc.

O sistema televisivo se mostra como um contexto propício para a aplicação das teorias semióticas, especialmente com o auxílio dos cenários. Ao analisarmos um signo cenográfico, como um elemento significativo, é importante considerar que o texto televisivo é uma unidade de comunicação complexa, que envolve a análise de diferentes elementos complementares. Observando os cenários apresentados nos programas televisivos, deve-se considerar a perspectiva do telespectador, como ele os percebe em sua própria casa. No entanto, é primordial ressaltar que essa percepção não é e nem deve ser completa, já que o cenário se enquadra na cena em si. No caso dos telejornais, o cenário é construído de forma a simular um ambiente específico, seja ele uma sala de estar, um escritório ou um espaço criado especialmente para a realização do jornal, com o objetivo de agregar valor visual ao programa.

Se comparar a trajetória da televisão brasileira com a história mundial, os 60 anos de criação não seriam muito tempo, porém o impacto causado por ela é extremamente relevante. “A TV e os noticiários se consolidaram no Brasil como um território simbólico, onde os diferentes grupos sociais experimentam sentimentos de cidadania e pertencimento às sociedades complexas.” (BECKER, 2009, p.85). Ao pensar no cenário desordenado e acelerado da Modernidade Líquida (HALL, 2001), a televisão assume o papel de definir, facilitar o acesso e garantir informação para o cidadão. Ela se torna a mídia mais influente do cenário nacional, sendo capaz de concentrar quase 60% dos investimentos publicitários do país (ibid, 2009),

Ao reconhecer o mérito das diversas manifestações da televisão na sociedade contemporânea, (já que ela possui inúmeras faces), Vera França (2016) destaca a estreita relação entre a televisão e a vida social, mas também alerta para o fato de que a TV é um mecanismo de reprodução e manutenção da ordem dominante. Embora seja reconhecida como um agente de dinamismo e modificação do seu entorno, França argumenta que é possível compreender as interações constantes entre a televisão e a sociedade como processos marcados por equilíbrios e reequilíbrios contínuos. Ela descreve essa dinâmica como um

sistema homeostático, dessa forma, a televisão teria a capacidade de absorver as intensas transformações sociais e tecnológicas do mundo contemporâneo, inclusive aquelas que causam rupturas, e convertê-las em produtos de fácil consumo, mantendo o equilíbrio do sistema como um todo.

Segundo Christina Musse e Mila Pernisa (2011). atualmente, o imaginário cunhado pela televisão brasileira, é ainda predominante. Entretanto, os altos executivos do setor entendem que as mídias atuais podem “sequestrar” o público. Dessa maneira, todos os conjuntos de comunicação tentam se prevenir, investindo na convergência midiática, e na sedução do espectador/usuário, cada vez mais os inserindo na participação da programação. De acordo com as autoras, “A televisão não vai acabar, mas está se modificando, adaptando-se à nova configuração social”.

Assim, a nosso ver, a televisão, principalmente a aberta, não será extinta. A experiência de ver tevê está sendo ampliada e enriquecida. O telespectador não só assiste como pode contribuir para a produção de um telejornal, o que não fará que todos sejam os produtores e que ficarão limitados a assistir às próprias produções. A internet permite que todos tenham voz, mas a televisão ainda concentra as atenções para a discussão do cotidiano e para a formação de laços identitários. (MUSE, PERNISA, 2011, p 11)

A inovação incessante do telejornal desempenha um papel crucial na sua legitimidade e credibilidade, sendo o cenário um elemento essencial que reflete essa mudança para o telespectador, que por si só desempenha o papel na percepção do público em relação às transformações ocorridas. É possível ser observado através da comparação com o Jornal Nacional, que se tornou um exemplo de sucesso do telejornalismo, e os seus cenários desempenharam um papel importante nessa conquista. O processo de produção de um telejornal deve ser bem executado em todas as áreas, incluindo a questão visual, que é o que o telespectador observa diretamente. O cenário é o principal elemento visual do telejornal e, portanto, é essencial realizar estudos para o seu desenvolvimento, a fim de que ele se torne um ponto-chave que acrescente valor e contribua positivamente para a composição geral do produto televisivo.

Segundo Simone Ribeiro, autora da monografia sobre o piloto brasileiro e a contribuição da imprensa na construção da sua imagem, em se tratando da cobertura dos GPs de Fórmula 1, para além do GP do Brasil, as emissoras brasileiras enviavam correspondentes

para reportar sobre as 15 corridas que ocorriam em diferentes partes do mundo, abrangendo a Europa, Oceania, América do Norte e Ásia. Dentre os principais periódicos impressos, a Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo (que colaborava em um arranjo conjunto com o Jornal da Tarde), O Globo e o Jornal do Brasil nomearam correspondentes exclusivos para essa finalidade. Adicionalmente, alguns outros jornais de grande circulação em estados fora de São Paulo e Rio de Janeiro também designaram representantes para cobrir pelo menos uma temporada no final dos anos 80 e início dos anos 90. Exemplos destes incluem o Zero Hora, do Rio Grande do Sul, e o Estado de Minas, de Minas Gerais.

Nos anos 90, a Rede Globo detinha os direitos do esporte, dessa forma a grande cobertura ficava por conta dela, entretanto, o lucro não era algo a se preocupar, já que naquela época havia uma quantidade considerável de anunciantes dispostos a comprar o pacote de transmissão que continha não apenas as horas de corrida, como também o noticiário da Fórmula 1 e dos ídolos, Nelson Piquet, e principalmente, Ayrton Senna.

No caso do SBT, a rival da Globo não possuía os direitos de transmissão da Fórmula 1 e por isso não tinha autorização para entrar no autódromo segundo as regras da FIA, no entanto, não deixava de enviar repórteres para que eles fizessem matérias pelo lado de fora das pistas, conseguindo garantir boas histórias na visão do telejornalismo, em um claro indicativo de como o automobilismo havia se tornado uma febre, contagiado a mídia e o país.

O jornalista responsável pela função de entrevistá-los em locais inusitados (hotel, aeroporto, às vezes na entrada das pistas) era Roberto Cabrini, que anos depois foi contratado pela TV Globo e, inclusive, quem entrou ao vivo pela emissora para declarar a morte oficial de Ayrton Senna no fatídico 1º de maio.

7. Metodologia

Visto que o presente estudo possui como objetivo analisar os recursos utilizados pela imprensa ao noticiar a morte do piloto automobilístico brasileiro Ayrton Senna em 1º de maio de 1994, observando como as notícias foram e são repassadas por telejornais e como os telejornalistas se comportam em momentos de tensão, é plausível utilizar de uma pesquisa de selo qualitativo. De acordo com Caregnato (2017, p.1) “tal modelo indutivo trata de propor uma - questão à realidade - determinando os procedimentos práticos a serem implantados para respondê-la”. A análise dos vídeos será feita de maneira direta pela pesquisadora através da

coleta de materiais produzidos pelas emissoras no momento da morte e ainda disponíveis em canais digitais. Yin (2016) destaca algumas características que definem uma pesquisa qualitativa, e dentre elas a revelação dos conceitos existentes que possibilitam explicar o comportamento social humano.

A relevância da pesquisa pode ser relacionada e pautada em outras já realizadas no mesmo âmbito, e também para a análise dos recursos utilizados pelos telejornais de pouco menos de 30 anos atrás, de maneira qualitativa, visto que o processo de evolução tanto das redes sociais, quanto dos meios de comunicação em massa para a transmissão de grandes notícias foi exponencial.

O processo metodológico contará com duas etapas. Em um primeiro momento, para a estruturação do trabalho e contextualização do tema a ser abordado, foi realizado e analisado um levantamento bibliográfico, que se mostrou necessário para o recorte de um acervo importante para a imersão no objeto de análise. Dessa forma, foram listados artigos, dissertações, revistas e teses em sistemas de bibliotecas digitais, com a intenção de organizar um repertório teórico qualificado sobre diversos temas em torno do telejornalismo e do esporte brasileiro na televisão, para sustentar os possíveis diálogos junto aos materiais analisados, utilizando das seguinte palavras chave: “Telejornais”, “piloto” “Fórmula 1” “transmissão”

Estabelecido o aparato teórico-conceitual, a pesquisa avançará para a fase de análise dos telejornais propriamente dita, com base na concepção sobre Análise de conteúdo de Bardin (1977), que inspira a criação de suposições através da interpretação dos fatos, caracterizando um estudo explicativo (Gill, 1999) no qual o objetivo é a identificação dos fatores que indicam ou contribuem para a ocorrência de um fenômeno. Assim como destaca Moraes (1999), a mesma se integra como instrumento metodológico por ser uma ferramenta para ler e interpretar as mensagens que devem ser entendidas no conteúdo de qualquer classe de documentos.

A segunda etapa, de coleta de dados, será realizada por meio de pesquisa documental. De acordo com Lakatos e Marconi (2001) essa é a apuração de dados em fontes primárias, no caso do presente estudo os vídeos dos telejornais, podendo ser eles documentos escritos ou não, disponíveis arquivos públicos; arquivos particulares de instituições e domicílios, e fontes estatísticas. Ainda sobre a coleta de dados, esse tipo de pesquisa se torna importante, segundo Gil (1999) a partir do momento que o problema requer muitos dados soltos pelo espaço.

Os recursos utilizados pelos telejornais serão organizados e analisados por categorias. Imagina-se que elas devam versar sobre: recursos apelativos durante a notícia; recursos visuais aplicados e cenários dos telejornais. Os recursos apelativos tratam-se de um começo que busca prender o leitor na própria narrativa. Envolve uma afirmação ou pergunta que tenta invocar empatia ou interesse para além do acontecimento. Os recursos visuais são como uma linguagem informativa, que permite ao leitor visualizar informações complexas de modo mais dinâmico, ou seja, seu papel é descrever e representar a notícia.

8. Seleção dos veículos de comunicação e quais os motivos

Atualmente, o jornalismo esportivo abre margens nas grades de programação para diferentes modalidades do esporte, e foi pela televisão que essa referência de cobertura se consolidou. A transmissão de imagens emociona o público de maneira mais intensa do que o rádio, por exemplo. Para Willian (2002), a TV Tupi, pioneira como emissora brasileira, fazia a transmissão de jogos de futebol realizados em São Paulo logo após a sua inauguração, no entanto ainda em preto e branco, e sem os profissionais adequados e preparados, o que comprometia a qualidade da programação. Em 1953, foi criada a TV Record, que pertencia ao mesmo grupo que administrava a Rádio Panamericana, emissora que durante muitos anos foi especializada em coberturas esportivas e que naquela época representou a criação de novos programas.

A partir da década de 1980, o esporte se tornou mais assíduo na casa do brasileiro, junto com a Bandeirantes, emissora que se intitulou “o canal do esporte” (Coelho, 2009) e utiliza do jargão até os dias atuais, principalmente nas transmissões dos campeonatos de Fórmula 1. Apesar disso, foi pela TV Globo, que na época era a emissora oficial do esporte, que a transmissão do momento exato do acidente do piloto aconteceu.

A pesquisa realizada busca analisar os recursos utilizados pela imprensa na cobertura jornalística da morte do piloto brasileiro de Fórmula 1, Ayrton Senna. Para isso, foram escolhidos três vídeos de telejornais diferentes que fizeram cobertura no dia 1º de maio de 1994, sobre a morte, mostrando sob diferentes perspectivas e abordagens como as notícias foram circuladas.

Os vídeos são de diferentes emissoras, sendo elas: Globo, Bandeirantes e SBT, cada um com a sua abordagem, mas todos os três transmitidos no mesmo dia. A carreira do piloto

foi repleta de vitórias, recordes quebrados e momentos intensos, mas a morte dele, talvez por ter acontecido em uma corrida e ter sido transmitida ao vivo, impactou toda uma geração. Por isso o interesse em pesquisar como a imprensa daquele ano lidou com o fato, principalmente por se tratar de uma época em que os telejornais já estavam consolidados como redes de comunicação em massa.

8.1 Coberturas Jornalísticas em TV

A televisão tem o poder de levar esportistas e artistas para dentro das casas e, ali, com aquela convivência sempre com dia marcado, aqueles ídolos passam a ser parte de milhares de famílias. Quando, em grandes tragédias, suas mortes deixam milhares em lágrimas como se tivessem perdido familiares. Na cultura brasileira esses sentimentos de perda são comuns nessas situações, o povo brasileiro costuma buscar heróis, especialmente em momentos de crise. Assim, quando um deles nos deixa, especialmente se for de forma trágica, todo o país chora.

Para os pesquisadores Cárilda Emerim e Antônio Brasil, na obra sobre as "Coberturas em Telejornalismo" (2011): "O trabalho de reportagem a ser realizado no local de ocorrência de um fato a ser noticiado". Ou seja, eles acreditam que existem grandes e pequenas coberturas. Porém, a cobertura de grandes tragédias é o ápice de qualquer tipo de jornalismo, especialmente o televisivo.

Em tempo, tragédias ou desastres é o grande momento de qualquer tipo de jornalismo, ainda mais na tevê. Muito embora, na atualidade, "a moda" seja explicar aos telespectadores os processos técnicos que a televisão opera para transmitir as atrações que oferece. (...) A definição da terminologia transmissão direta, em tempo real e simultâneo à sua ocorrência foi apresentada por Elizabeth Bastos Duarte, no livro *Televisão: ensaios metodológicos*, de 2004 e refere-se àquele tipo de transmissão dos acontecimentos que se dá ao vivo, sem cortes e em tempo real, ou seja, com exibição em tempo simultâneo à ocorrência do acontecimento (EMERIM; BRASIL, 2011, p. 4).

A cobertura de notícias trágicas proporciona ao público um sofrimento maior, considerando que não se pode prever quando irá acontecer, diferentemente de outras grandes coberturas, como posse de presidentes ou grandes vitórias esportivas. Dessa maneira, um dos principais pontos a se observar nessa pesquisa é o improvisado. No caso de Ayrton Senna, seu

acidente ocorreu durante uma corrida, e os profissionais que ali estavam para fazer a cobertura do evento foram pegos totalmente de surpresa, precisando refazer toda sua programação e atuação perante o novo desafio que lhes era imposto. A transmissão estava sendo feita pela Globo, que na época detinha os direitos do esporte, e o narrador Galvão Bueno precisou, por algumas vezes, trocar de papel com o comentarista Reginaldo Leme para conseguir manter a transmissão, pois além de trabalhar com Fórmula 1 há anos, era amigo íntimo de Senna.

Quando nos referimos aos fatores que influenciam a escolha de notícias sobre mortes em programas de televisão, podemos ressaltar diferentes elementos que são considerados na seleção, tais como a posição social da pessoa falecida, as circunstâncias que levaram à morte, a natureza do óbito (incluindo casos que possam ser descritos como heroicos), detalhes específicos do incidente e o aspecto espetacular associado à morte.

Um autor desconhecido disse: Infeliz do povo que precisa de heróis. Nós somos um povo que precisa de heróis, cada vitória do Ayrton Senna era uma vitória nossa, de cada um de nós, um povo que vem sendo constantemente derrotado e agredido pela irresponsabilidade de uns e pela imunidade de outros. Para o telejornalismo, a morte de grandes nomes recebe mais destaque, sendo as mortes de pessoas comuns especiais apenas quando acontecem em circunstâncias excepcionais, como grandes tragédias naturais, quedas de aviões, naufrágios, etc.

A estrutura temática envolve a maneira como o telejornal é disposto para manter a atenção do espectador por mais tempo, segmentos similares são agrupados. O papel do apresentador é fundamental nesse processo, já que ele guia o público através das diferentes seções. Conforme apontado por Itania Gomes, pesquisadora, "a organização desse esquema implica que o programa enfatiza determinados interesses e habilidades do espectador" (GOMES, 2007, p. 20). Em momentos de intensa comoção, sejam eles positivos ou negativos, a estrutura organizacional dos telejornais passa por mudanças significativas, especialmente em casos de grandes tragédias. Com frequência, o programa dedica todos os seus segmentos a essa notícia específica ou intercala notícias planejadas com atualizações ao vivo de repórteres no local da tragédia, trazendo novas informações sobre o acontecimento.

No âmbito do telejornalismo, especialmente na televisão, é crucial considerar diversas características relacionadas à natureza visual desse meio ao realizar reportagens ou coberturas.

Isso implica a avaliação e a atenção a elementos como a disponibilidade de imagens, a capacidade de criar uma narrativa visualmente espetacular e empática, a presença de fontes especializadas dispostas a participar na televisão, a relevância do evento dentro do contexto abrangido pelo telejornal e a possível presença de elementos melodramáticos associados ao acontecimento. Levando em conta esses aspectos, podemos concordar com as observações de Sousa (2010, p.2) acerca dos critérios de noticiabilidade no jornalismo televisivo.

Para o caso de a notícia ser veiculada na televisão, o acontecimento precisa ainda ser capaz de gerar boas imagens, ter unicidade, ser parte de uma grande narrativa, causar impacto emocional e apresentar um potencial espetacular para fazer frente aos demais produtos televisivos.

9. Telejornais

Em relação a cobertura da morte do piloto brasileiro Ayrton Senna, cabe ressaltar que as principais emissoras de televisão apresentaram diversas edições sobre o acidente, considerando que a primeira notícia foi dada pelo “Plantão da Globo”, pelo jornalista Roberto Cabrini que estava no local do acidente, em Ímola, na Itália. A tragédia ganhou dimensões amplas também nas emissoras de rádios e nos impressos.

Há pelo menos 50 anos no ar, o programa Fantástico, exibido pela rede globo, atingindo, de acordo com o site da emissora, cerca de 30 pontos de audiência, totalizando 22 milhões de telespectadores. Segundo Luana Gomes, autora do artigo “É, Fantástico: Gênero e modos de endereçamento no telejornalismo show”, o programa está enquadrado nessa área de descontração, usando justamente do entretenimento, aliado ao jornalismo, para se configurar como revista eletrônica (um gênero telejornalístico).

O programa era marcado pela narração do jornalista Cid Moreira, sendo sua voz um dos elementos principais da familiaridade do público com o programa, uma vez que o mesmo ficou no Fantástico desde sua primeira exibição, em 05 de agosto de 1973. Outra participação importante do locutor na televisão brasileira foi à frente da apresentação do Jornal Nacional – o mais antigo telejornal em exibição e o de maior audiência da televisão brasileira (MAIA, 2005) – durante 27 anos, fato que confere a ele toda uma bagagem de credibilidade jornalística levada ao Fantástico

A forma como o programa é visualmente apresentado sugere um enfoque na espetacularização, enquanto os recursos técnicos utilizados na televisão fornecem pistas sobre o gênero do programa, que se inclina fortemente para o entretenimento. Essas características estão ligadas a um contexto comunicativo que enfatiza a velocidade, a agilidade e a rapidez na entrega de conteúdo, elementos amplamente reconhecidos socialmente como características distintivas do jornalismo. De fato, a escalada, comumente utilizada em todos os principais telejornais brasileiros, como os da Rede Globo, é um exemplo claro dessa abordagem

As principais cores do cenário, o azul e o dourado, também refletem a intenção do programa de estabelecer uma conexão sutil entre jornalismo e entretenimento. O azul é a cor tradicionalmente associada aos principais telejornais nacionais, como o Jornal Nacional e o Jornal da Band. Enquanto isso, o dourado adiciona um toque de brilho e chama a atenção

visual, conferindo sofisticação ao espaço que abriga o "show da vida". Essa mesma combinação de cores é ressaltada na logomarca do programa, destacando essa relação.

A definição de critérios para determinar o que é considerado noticiável está diretamente ligada ao estilo de jornalismo praticado no programa Fantástico, da Rede Globo. Em vez de apenas categorizar os gêneros jornalísticos, a discussão busca questionar a influência desse fenômeno de linguagem, socialmente construído, e sua associação com a tendência à espetacularização, especialmente na televisão, com o objetivo de impulsionar a audiência. Assim, a produção e o tratamento da informação são centrados na ação do sujeito na linguagem, com a finalidade de criar significado, promover o reconhecimento, a identificação e, em última instância, garantir audiência. A linguagem atua como uma representação da realidade, e os meios de comunicação de massa desempenham um papel fundamental nessa construção.

O programa "Fantástico" dedicou toda a edição daquele domingo ao acidente do piloto. Fátima Bernardes, Sandra Annenberg e Celso Freitas foram os jornalistas responsáveis pela condução do programa que, durante quase 1h15, fez um apanhado geral sobre a vida de Senna e tentou explicar o acidente que tirou a vida do brasileiro, cancelando algumas matérias que já estavam programadas para aquele dia.

A cobertura durante todo o dia 1 foi a maior dos três jornais analisados. O Fantástico não se preocupou apenas em dar a notícia, alguns dos maiores jornalistas da época estavam se dedicando à transmissão de informações, utilizando de vários recursos. Fizeram questão de entrevistar grandes rivais de Senna, como Prost e Piquet, além de utilizar imagens de Wilson Fittipaldi, Stewart, Lauda e o maior ídolo do brasileiro, Juan Manuel Fangio. Além disso, o programa fez questão de mostrar grandes figuras políticas, como o prefeito de São Paulo na época, Paulo Maluf, e ler uma carta escrita pelo presidente Itamar Franco.

O Fantástico utilizou de vários artifícios sentimentais para fazer a cobertura completa da morte do piloto. Foram mostradas imagens de freiras rezando pelo piloto em uma igreja, as vitórias e acidentes na fórmula 1 e principalmente, uma crítica do maior rival de Senna, Alain Prost, a maneira como o esporte estaria se tornando um negócio, como Ayrton já teria reclamado em vida, buscando melhorias na segurança dos carros.

A família pouco foi mostrada na cobertura, mas os fãs, chorando e desolados com a perda, tiveram uma grande participação, adultos e crianças, em clara necessidade do programa de apelar para o lado afetuoso do telespectador. Os apresentadores chamam a atenção para o

perigo que rondava as corridas com as mudanças na categoria, que buscavam mais competitividade e emoção, e mostram cenas de acidentes de Ayrton, que mesmo após anos de carreira, ainda não estava imune dos perigos.

Outra emissora que noticiou a morte de Ayrton Senna no dia 01 de maio foi a SBT, pelo programa “SBT Esporte”, que iniciou a transmissão com a música de Moraes Moreira, “Meninas do Brasil”. Menos apelativo que a Globo, eles começaram com a clássica imagem do carro batendo no muro do autódromo de Ímola e logo o apresentador faz suposições sobre o que motivou o acidente e a hipótese do piloto ter tido uma momentânea perda dos sentidos, diferente dos outros apresentadores.

A espiritualidade também é citada pelo apresentador, que deixa claro a competência dos médicos e do hospital que atendeu Senna, em uma necessidade de acalmar os telespectadores. Além disso, o jornalista faz críticas aos estrangeiros, que segundo ele: “Quando FISA, FOCA e todos esses donos de fórmula 1 vem aqui ao Brasil e ficam quinze dias antes aqui em Interlagos, eles botam defeito em tudo, como se brasileiro fosse significar ser barato”, e assim como Alain Prost para a Globo, o apresentador do SBT Esporte critica a categoria do automobilismo pela necessidade de retorno financeiro e não a segurança dos pilotos.

Um apanhado geral da vida de Senna é feito, em bem menos tempo que o da Globo, mas citando as principais características de Ayrton e seus números, ressaltando também a preocupação dele com a melhoria da segurança das pistas. O programa é finalizado com a seguinte frase “Esse era Ayrton Senna, um homem que dizia ter três paixões na vida: o automobilismo, a família e o Brasil”

Assim como as outras coberturas analisadas, o Jornal da Band mostrou a vida de Senna no automobilismo, com foco nas vitórias da carreira do piloto, uma transmissão com aproximadamente 5 minutos. O apresentador não demonstrou emoção profunda como os outros e se manteve calmo. O jornal levou imagens de fãs adultos e crianças, demonstrando esse lado mais apelativo, além de finalizar com cenas de Ayrton Senna falando sobre a morte: “ O dia que chegar, chegou. Pode ser hoje, pode ser daqui a 50 anos, pode acontecer com todos nós. É a única coisa certa que vai acontecer para todos nós”.

Da mesma forma que os outros, não houve imagens da família, que no dia preferiu se resguardar longe das câmeras. Outro momento que foi mostrado por todos os jornais do dia

foram os jogos clássicos de futebol, no qual os jogadores se mantiveram em silêncio por um tempo e a torcida vibrou por Senna.

A televisão, segundo Gorton (2009) faz um convite aos telespectadores para experimentar emoções, dando-lhes a opção de aceitar e viver essas emoções, ou recusá-las. É imprescindível destacar que um programa que consegue transmitir e proporcionar emoções aos telespectadores não deve ser denominado como simples, manipulativo ou destinado a uma audiência desatenta. Para Gorton, “ (1) Os espectadores podem adotar uma postura crítica em relação aos conteúdos com os quais estão emocionalmente envolvidos; e (2) eles não estão constantemente próximos ou distantes – às vezes, encontram-se indiferentes, entediados e/ou desinteressados.”(p.39)

Para a compreensão das notícias no telejornalismo, o papel das imagens é crucial, principalmente ao se tratar das emoções que despertam nos telespectadores. Imagens fortes, que geram emoção, possuem a destreza de se intrometer no processamento das informações que estão sendo transmitidas, porém, no momento em que as imagens se alinham com o discurso verbal, promovendo o mesmo significado ou conceitos relacionados, a memória do telespectador tende a ser aprimorada (LANG, 1995²² citado por GUNTER, 2015). O ritmo de edição também mostra o mesmo fenômeno, ou seja, quando os conteúdos altamente emocionais são editados com cortes rápidos, a tendência é prejudicar a retenção de informações, já que podem ultrapassar a capacidade de processamento dos telespectadores, e nesse mesmo raciocínio, conteúdos emocionais com um ritmo de edição mais lento tendem a ser processados e memorizados com maior facilidade (LANG et al., 1999).

Pantti (2010), ao entrevistar jornalistas finlandeses e holandeses a fim de avaliar o papel da emoção no telejornalismo, concluiu que apesar de reconhecer a primordialidade da emoção na construção dos conteúdos dos telejornais, os jornalistas percebem os significados ligados a ela de maneira a preservar a reputação profissional e a concepção do que constitui um bom jornalismo. Ou seja, ao tratar das emoções, os jornalistas chamam atenção para a ênfase na informação, nos princípios éticos, na objetividade e na neutralidade como elementos essenciais à prática profissional. Tal processo de negociação é pontuado pelo autor em quatro pontos: O primeiro trata da emoção nas notícias, na qual os profissionais consideram as emoções essenciais ao jornalismo às tendo como parte do cotidiano dos telespectadores.

Ademais, elas são vistas como intrínsecas à televisão devido à sua natureza visual e a maneira como são consumidas pelo público, os jornalistas admitem a relevância das emoções para a narrativa, entretanto, essa presença emocional é captada como um excesso que exige a postura ética por parte do profissional.

Tratando dos lugares da emoção do telejornalismo, os profissionais salientam a importância das fontes, entretanto, frisam também que a emoção das fontes não deve ser a principal e se tornar a notícia, sua presença deve ser considerada apenas como uma ilustração do fato. Tal perspectiva é tida como uma forma de atingir o telespectador e demonstrar uma verdade que transcende as palavras. Certas pautas, como por exemplo os desastres naturais, são captados como mais emocionais do que outros, e mesmo admitindo que a emoção pode estar presente em vários temas, há a crença de que ela deve ser limitada.

Os jornalistas destacam que devem atuar com objetividade, se distanciando dos fatos para evitar a inclusão de suas próprias emoções nas notícias. Consideram também que as emoções possuem duas funções, ambas relacionadas à administração da atenção dos telespectadores. De antemão, as emoções desempenham um papel crucial na facilitação da compreensão das notícias, instigando a reflexão e prendendo a atenção do público. Além disso, elas proporcionam um caminho mental ao estabelecer uma conexão entre as notícias e as experiências pessoais dos telespectadores. Em segundo lugar, as emoções moldam a forma como as pessoas consomem as notícias, uma vez que há a crença de que estas são responsáveis por despertar e manter o interesse do público nas narrativas.

Por último, os jornalistas entrevistados pelo autor ligam a presença de emoções à qualidade das notícias. Em sua visão, emoções em excesso ou não autênticas prejudicam a integridade das reportagens, e essa perspectiva encontra respaldo na academia, especialmente quando se examina o sensacionalismo. No entanto, muitas dessas convicções ainda necessitam de investigação aprofundada e merecem a atenção dedicada de pesquisadores. Pantti (2010) identifica nos relatos dos jornalistas um conflito entre a subjetividade das emoções e a

objetividade das narrativas, um embate que os jornalistas lidam ao rejeitar emoções artificiais e atribuí-las às fontes, utilizando as emoções para conferir autenticidade aos relatos e capturar a audiência.

A narrativa não se compõe especificamente do texto escrito no telejornalismo, para ser representado como a ação que se passou. Os principais pontos da narrativa telejornalística estão enfatizados nas imagens apresentadas, nas trilhas sonoras que acompanham a notícia, na fala dos personagens e dos repórteres, nos silêncios, ou seja, na edição.

O trabalho do repórter cinematográfico se torna peça-chave na construção das notícias, já que serão suas imagens a base para a construção do VT (vídeo tape). Para o público, o tipo de intervenção deste profissional é mais delgado, porém não menos importante se pensarmos que os ângulos e movimentos da câmera são escolhidos para representarem a emoção do momento. Assim como no caso estudado, uma situação trágica, é utilizada uma imagem mais próxima para dar importância aos aspectos dramáticos, ou seja, quanto maior a emoção, maior é o foco da câmera. O rosto transtornado, o detalhe das lágrimas escorrendo, das mãos nervosas tremendo ou da boca que, de tão emocionada, mal consegue articular as frases: tudo atesta a sintonia entre a dor e a escolha da imagem, (MENDONÇA; 2002: 68).

Segundo Vizeu e Correia, (2008) opta-se por uma imagem mais geral quando o sentido é oposto, com mais abertura de ângulo, assim fosse uma fotografia da realidade, uma maneira para tentar mostrar a cena de forma objetiva, assim como ela é. Sendo assim, os enquadramentos também conferem significados. Outro ponto importante das reportagens são os personagens entrevistados, ao saberem que aquilo irá ao ar, o depoimento pode não ser tão ingênuo e esse fato acaba por modificar o discurso da notícia.

Apuração feita, depoimentos coletados, imagens gravadas, chega a hora da edição, talvez seja o instante em que a interferência fique mais clara, já que tudo que vai ao ar depende da escolha do editor, que manuseia o material bruto, podendo-lhes dar inúmeras possibilidades de interpretação.

O papel do editor é decidir as minúcias, por exemplo, em qual parte da entrevista encaixaria melhor de acordo com os offs previamente conversados. Lembrando da relevância dessas entrevistas, que segundo Becker, estão ali apenas para validar o que já foi anteriormente dito na fala do repórter: “Os entrevistados aparecem no vídeo apenas para confirmarem, justificarem e provarem que é real aquilo que o texto enuncia; normalmente não

trazem nenhuma informação nova, enriquecedora, definitiva, mas são imprescindíveis como instrumento de autenticação do que é dito”(BECKER; 2005: 72).

Sendo assim, é de responsabilidade do editor escolher exatamente o trecho que encaixe naquilo que se pretende, estruturando a notícia e intercalando os depoimentos, trilhas sonoras e tudo que compõe uma reportagem, para dar percepção ao telespectador. Para isso, o editor conta com uma das partes mais importantes do telejornalismo: a imagem. Não é descrito como o mais importante porque tanto a imagem quanto o texto verbal possuem papéis fundamentais e complementares na competência de sentidos. Para Becker “Quando você está apenas ouvindo o noticiário da TV sem ver as imagens pode compreender o conteúdo da notícia, mas isso não significa apreender todos os seus efeitos de sentido”, (Idem, p. 70).

Apesar do que diz Paternostro em “O texto na TV: Manual de Jornalismo”,(1987, p.72) de que só se faz TV com imagem, os recursos sonoros são imprescindíveis na reconstrução da realidade. As imagens são essenciais, mas em grande parte dos casos não são suficientes, o som exerce uma função necessária no jornalismo de televisão, já que auxilia na contextualização da notícia. São alguns os recursos sonoros utilizados e eles possuem uma função específica, como por exemplo o som ambiente, que possibilita o background, a reconstrução do texto. As entrevistas realizadas em diferentes locais possuem diferentes características, e conseguir mostrar estas diferenças é fundamental para que o telejornalismo reconstrua a realidade. A música pode ser utilizada em momentos característicos, proporcionando dinamismo e ritmo, e em alguns casos, pode ser usada para trazer emoção à matéria e ao telespectador.

A última parte do processo antes de chegar no telespectador é a do apresentador, na qual se espera que seja profissional e neutra, visto que seu trabalho deve ser a de mediação entre o público e o material que vai ser apresentado. A solidariedade que o telespectador se inclina a manter, em relação ao apresentador e a credibilidade que lhe é conferida, faz com que os questionamentos sobre o que está sendo afirmado sejam ainda mais reduzidos, mas não ilusórios. Cada um se vê na compreensão do apresentador das notícias, identifica-se e muitas vezes, cede sua visão crítica, tornando-se um ser idêntico a todos e a cada um, principalmente quando desconhece as estratégias discursivas dos telejornais, (BECKER; 2005: 62).

Segundo Bucci (2001, p.145) o uso de trilhas sonoras em reportagens telejornalísticas é dispensável, já que “trata-se de um recurso dramático para dar um colorido extra, artificial, para o que deveria ser um fiel relato dos fatos”, aproximando-o do jornalismo do cinema,

transformando-o quase em ficção, inclusive pelo efeito subjetivo que atinge o telespectador. Entretanto, os sons, principalmente as músicas, podem ser usados com o objetivo de chamar a atenção e, portanto, ajudar na transmissão da informação.

Já Claude (1982) afirma que na televisão, os editores de imagem possuem a função de incluir a música nas reportagens, familiarizando a cena junto com o telespectador. Claude ressalta também que as frequências das músicas possuem funções psicológicas e dramáticas, atingindo as percepções dos interlocutores, com o propósito de estimular a sensibilidade. Na televisão, a música muitas vezes é usada com a intenção de salientar os aspectos extras, além do que já foi mostrado.

Podemos, a partir das informações acima, analisar como os jornais trabalharam a emoção e os elementos da emoção durante as transmissões, principalmente os recursos sonoros, visuais e de edição. Assim como foi citado por Gunther, Lang afirma que o papel das imagens é crucial para despertar o interesse dos telespectadores: “no momento em que as imagens se alinham com o discurso verbal, promovendo o mesmo significado ou conceitos relacionados, a memória do telespectador tende a ser aprimorada”.

Ao analisar os três telejornais, é possível perceber as mesmas imagens do grave acidente, do momento em que o carro bate no muro e gira, imagens essas que causam impacto ao telespectador pela surpresa do momento. O momento foi visto ao vivo, transmitido pela Globo para o país inteiro, causando emoções que atuam diretamente na percepção das notícias, chamando a atenção do público. A intenção dos telejornais foi exatamente essa, causar a comoção necessária para o entendimento do telespectador sobre a tragédia que impactaria não só o esporte, como também toda a sociedade.



Figura 3: Momento do acidente em 1994 em Ímola.

Fonte: Motorsport.

Outra maneira de acentuar a importância do acontecimento são os recursos sonoros, que podem vir tanto da música, quanto do som de entrevista. A música, utilizada na abertura do jornal SBT Esporte, “Meninas do Brasil”, acentua a emoção necessária ao momento, ou seja, como foi dito acima, Claude evidencia que as frequências das músicas possuem funções psicológicas e dramáticas que acabam por atingir o entendimento do público e estimulam a sensibilidade, provocando emoção. O telejornal, que possui a transmissão mais curta em comparação com os outros, mantém o padrão de resumo dos grandes acontecimentos na vida do piloto, mas sem utilizar entrevistas dos fãs, ou seja, sem outro recurso sonoro. Em relação a edição, a emissora preferiu abrir o jornal com as imagens do piloto, ao invés do jornalista em destaque, até porque naquele momento o público já sabia o que havia acontecido.

Em contrapartida, o telejornal da Band iniciou a transmissão com a imagem da ambulância que transportou o piloto e da médica que o atendeu e anunciou a morte cerebral, sem música, apenas a voz do apresentador ao fundo. Também editaram a edição de domingo com imagens e informações sobre a vida e carreira de Ayrton, além de entrevistas com fãs, adultos e crianças, nas ruas de São Paulo, mostrando quão real era a tragédia. Ao final, o editor usou imagens de Ayrton Senna falando: “ O dia que chegar, chegou. Pode ser hoje, pode ser daqui a 50 anos, pode acontecer com todos nós. É a única coisa certa que vai acontecer para todos nós”.

O jornal da Globo, “Fantástico”, dedicou toda a edição do dia, mesmo com outras matérias programadas e divulgadas, para o acidente. Com o tempo de duração em torno de 1h13, o programa utilizou de vários recursos. Os recursos visuais, como a primeira imagem em que o helicóptero ambulância transporta o piloto juntamente com a trilha sonora de fundo, se torna o início de um show de emoções. Além dessa trilha sonora melancólica, as entrevistas foram feitas com grandes rivais, como Prost e Piquet, além de utilizar imagens de Wilson Fittipaldi, Stewart, Lauda e o maior ídolo do brasileiro, Juan Manuel Fangio. Apesar de não haver nenhuma entrevista com os familiares em nenhum dos três telejornais, os fãs desolados e chorando possuíram participação em todos. Outro artifício bastante utilizado foram as imagens do momento da batida, tanto no Fantástico, quanto no SBT Esporte.

Três categorias de recursos podem ser frisadas e analisadas ao final deste projeto. A primeira delas é **o uso da imagem do momento do acidente como um recurso visual**. A cena é forte, um acidente que, na narração original de Galvão Bueno, se torna preocupante para quem está assistindo. Os destroços do carro por todos os lados não deixam dúvidas para

os telespectadores da gravidade do momento, e talvez por isso seja mostrado em alguns ângulos diferentes. Esse recurso expõe o susto do momento e provoca, pela intensidade, a sensação de preocupação no público.

A segunda categoria utilizada são **os sons de fundo como recursos sonoros**. Como já foi dito, um dos jornais iniciou a matéria com a música "Meninas do Brasil", música essa que por possuir um ritmo lento, pode proporcionar uma sensação de melancolia. Além disso, O jornal da Band editou a notícia com imagens dos jogos de futebol que aconteciam naquele momento, entre Flamengo x Vasco e São Paulo x Palmeiras, no qual ambas as partidas homenageiam o piloto, ovacionando o nome de Senna. O Fantástico também aproveitou as cenas dos estádios, mostrando o minuto de silêncio que as torcidas ofereceram em memória do brasileiro.

Outra categoria que se encaixa nos telejornais e dão destaque à matéria são as **entrevistas com fãs** feitas pelos repórteres em campo. Não apenas adultos, como também crianças, a maioria das entrevistas foram feitas nas ruas, com fãs desolados pelo acidente. Alguns choraram, outros demonstraram tristeza ao serem entrevistados, e todos falaram sobre o sentimento de perda do herói nacional. Não houve entrevistas com a família em nenhum dos três telejornais, mas, além dos fãs, o Fantástico conseguiu também entrevistar outro piloto brasileiro, Nelson Piquet, e o maior rival de Senna, Alain Prost, que tanto protagonizou corridas emocionantes, naquele momento deixava claro o quanto Senna lutou pela segurança nas pistas.

10. Conclusão

Nenhum dos três recursos apareceram em todas as transmissões, mas todas possuem ao menos um deles com o intuito de emocionar o telespectador, e dessa forma pode-se concluir, com base nas pesquisas realizadas e nos itens analisados, que os três telejornais, ao transmitirem a morte do piloto brasileiro no dia 01/05/1994, utilizaram de algum artifício do telejornalismo para criar no leitor a emoção necessária do momento. A forte imagem do momento da batida, os sons de fundo utilizados pela edição e as entrevistas com fãs desolados, além dos rivais de Senna em frente às câmeras abalados com o acidente, conseguiram, com o auxílio da carga emocional natural da notícia, causar um impacto ao público.

Os recursos visuais e sonoros, editados com rapidez em função da relevância do acontecimento, foram bem utilizados pelos telejornais. Todos os três possuem um bom alcance por serem de grandes emissoras da televisão brasileira, conseguindo atingir milhares de pessoas, não apenas os fãs de automobilismo. O sentimento de emoção causado traz uma preocupação ao telespectador, a curiosidade de saber o porquê ou como teria acontecido algo tão trágico com uma figura tão presente, é o que incrementa a notícia.

Tragédias já são tragédias independente de magnitude. Após toda a pesquisa realizada, mesmo quem não viu Ayrton Senna correr, consegue perceber o quanto ele foi importante, visto como o herói nacional, um dos maiores pilotos da categoria mais alta do automobilismo, conhecido internacionalmente e aclamado por um país inteiro. A morte dele decretou 4 dias de luto no Brasil, o enterro contou com mais de 500 mil pessoas e até hoje ele é lembrado como uma das figuras nacionais mais importantes. A morte de alguém como ele pode causar, assim como causou, um grande impacto, no caso dele, por exemplo, a Fórmula 1, que mudou a segurança dos pilotos após 1994.

Referências

- ACELERADOS. Ayrton Senna x Alain Prost: a rivalidade mais brutal que a Fórmula 1 já viu. Disponível em: <https://youtu.be/RBemHVzKV6g>. Acesso em Maio 2023
- BAUER, Carlos. Sobre a Televisão – reflexões históricas. Rev. Bras. Mark., 2002. Disponível em:
- BECKER, Beatriz. A Linguagem do Telejornal, um estudo da cobertura dos 500 anos do Descobrimento. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

BECKER, BEATRIZ. Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção Galáxia, núm. 10, diciembre, 2005, pp. 51-64 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo São Paulo, Brasil

BLOG DA QUALIDADE. Senna, pra mim, não é um herói, Disponível em: <https://blogdaqualidade.com.br/senna-para-mim-nao-e-um-heroi/> Acesso em outubro, 2023

BLOG FORMULA 1. Ímola 94: como o final de semana mais fatal da F1 mudou a segurança no esporte. Disponível em: <https://blog-formula1.com/2023/05/08/imola-94-como-o-final-de-semana-mais-fatal-da-f1-mudou-a-seguranca-no-esporte/#:~:text=O%20que%20mudou%20p%C3%B3s%201994.grandes%20nomes%20respons%C3%A1veis%20pelas%20mudan%C3%A7as.> Acesso em outubro 2023

BRANDALISE, Roberta, NEGRINI, Michelle. Os Critérios De Noticiabilidade No Telejornalismo: Uma Reflexão A Partir Da Tragédia De Santa Maria. Ponta Grossa, vol.2, n.1 p. 74-90, Jan/Jun, 2015

BRASIL, Antônio. O Ensino de Telejornalismo no Brasil: entre a teoria e a prática. Vol 8. Brasil, 2001

BRUFATI, S. O. O Telejornalismo brasileiro e a formação da consciência histórica. São João. 2013

CAPUANO, Amanda. Band lidera audiência com final da F1 e cresce como ‘canal do esporte’. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/coluna/tela-plana/band-lidera-audiencia-com-final-da-f1-e-cresce-como-canal-do-esporte.> Acesso em Maio 2023

COUTINHO, Iluska. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: ÉMERIM, Cárlica; COUTINHO, Iluska; EMERIM, Carlida; BRASIL, Antonio. Coberturas em telejornalismo. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. Anais. Recife: Intercom, 2011.

FINGER, Cristiane. (Ed.) Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Vol. 7. Editora Insular, 2018 (p.175 – p.195).

FRANÇA, Vera; SIMÕES, Paula G. Curso básico de teorias da comunicação. - 1ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2016

GIAVONE, Lucas A. A transmissão cultural da Fórmula 1 pela teoria comunicacional de John B. Thompson. São Paulo, 2001

- GORTON, Kristyn. Media audiences: television, meaning and emotion. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.
- GORTON, Kristyn. Formal qualities of emotion. York: University of York, 2015. Apresentação da disciplina Television audiences: meaning and emotion.
- GOMES, IMM., org. Metodologia de análise de telejornalismo. In: Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 17-47. ISBN 978-85-232-1199-8. Available from SciELO Books .
- GOMES, Flávio. O Boto do Reno. São Paulo, Letra Delta Editora, 2005.
- GOMES, Luana. É Fantástico! Gênero e modos de endereçamento no telejornalismo show. In: GOMES, IMM., org. Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 263-280. ISBN 978-85-232-1199-8. Available from SciELO Books.
- GUNTER, Barrie. The cognitive impact of television news: production attributes and information reception. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2015.
- HAGEN, Sean. A emoção como estratégia de fidelização ao telejornal: um estudo de recepção sobre os laços entre apresentadores e telespectadores do Jornal Nacional. Tese [Doutorado em Comunicação e Informação]. Porto Alegre: UFRGS, 2009.
- KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. Trajetória de formação do telejornalista brasileiro – as implicações do modelo americano. São Paulo, 2008.
- LAGE, Renata W F. **O REAL NO TELEJORNALISMO** A construção do efeito de verdade na linguagem do telejornal. 2010. Tese Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.
- LANG, Annie et al. The effects of production pacing and arousing content on the information processing of television messages. Journal of Broadcasting & Electronic Media, Taylor & Francis, n. 43, v.4, 1999.
- LIMA, Paulo Luiz. Senna vira mito e tem maior enterro da história do país. Jornal do Brasil, São Paulo, 6 de maio de 1994
- MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. Editora Senac São Paulo, São Paulo, 2000.

- MELLO, Edna. Bases Epistemológicas do Telejornalismo: entre a teoria e a prática. ECA/USP. São Paulo, 2017.
- MELLO, Jaciara Novaes. Telejornalismo no Brasil. Vol 13, Paraná, 2009
- MENDONÇA, Kleber. A punição pela audiência: um estudo do Linha Direta. Rio de Janeiro: Quartet, 2002.
- MORAES, Heloisa. Informação e espetáculo: análise dos gêneros jornalísticos exibidos no programa Fantástico. v.11, n.1. Itajaí, 2012.
- MUSSE, Christina; PERNISA, Mila. Telejornalismo: Novos formatos no cenário de crise da tv aberta. Vol 01. São Paulo, 2011
- NETO, Vernihu. NEGRINI, Michelle. As Coberturas da Morte de Senna e da Queda do Avião da Chapecoense na Rede Globo: Reflexões A Partir dos Mediadores. v. 11, nº 1. Belo Horizonte, 2018.
- PANTTI, Mervi. The value of emotion: an examination of television journalists' notions on emotionality. European Journal of Communication, Sage, n. 2, v.25, 2010.
- PATERNOSTRO, Vera Iris. O texto na TV: Manual de jornalismo. São Paulo: Brasiliense, 198
- PICCININ, Fabiana. Notícias na TV Global: diferenças (ou não) entre o telejornalismo americano e o europeu. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/piccininfabiana-telejornalismo-ameicanoeuropeu.html> Acesso em: 22 jun de 2008.
- RANDAZZO, Sal. A criação de mitos na publicidade: Como publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. Rio de Janeiro. Rocco, 1997.
- RIBEIRO, Bruno Carlos Batista. A importância do cenário na composição do produto televisivo: O caso do NBR Notícias. Brasília, 2010
- RIBEIRO, Simone Lage Mendonça. Ayrton Senna herói nacional. A contribuição do piloto e da imprensa na construção de sua imagem: análise de reportagens e citações do jornal Folha de São Paulo. Brasília, 2006
- SILVIA, Edna de Mello. Bases Epistemológicas do Telejornalismo: entre a teoria e a prática. São Paulo, 2017.
- SIMPLÍCIO, Millena. Disponível em: <https://www.consultingclub.com.br/post/%C3%A9-inovando-que-se-recebe-a-reinven%C3%A7%C3%A3o-da-f%C3%B3rmula-1> Acesso em Agosto 2023

SEM AUTOR. Brasil tem a maior audiência da Fórmula 1. Disponível em:
<https://jornaldocarro.estadao.com.br/carros/brasil-tem-a-maior-audiencia-da-formula-1/>
Acesso em Maio 2023

SEM AUTOR. Será que SENNA era BOMZINHO?. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=WGVn-qlLqt8> Acesso em Outubro 2023.

SENNÁ, Ayrton. Grande Prêmio do Brasil. Disponível em:
<https://senna.com/piloto/formula-1/temporada-1991/grande-premio-do-brasil-1991/> Acesso
em Agosto. 2023

SHOEMAKER, Pamela J; VOS, Tim P. Teoria do Gatekeeping; seleção e construção da
notícia. São Paulo, 2011

SIQUEIRA, Felipe. Há 20 anos, Ayrton Senna salvava vida de colega ao socorrê-lo em Spa.
2012. Disponível em:
<https://ge.globo.com/motor/formula-1/noticia/2012/08/ha-20-anos-ayrton-senna-salvava-vida-de-colega-ao-socorre-lo-em-spa.html> . Acesso em outubro de 2023.

SOUSA, Américo de. A retórica da verdade jornalística, s.d.. Disponível em:
<http://www.bocc.uff.br/pag/sousa-americo-retorica-verdade-jornalistica.pdf> (Consultado em
09/06/2010).

TÁVOLA, Artur da. Comunicação é mito. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

VAN DIJK, Teun A . La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la
información. Barcelona: Paidós, 1996.

VIZEU, Alfredo (org.). A sociedade do telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

WILLIAMS, Raymond. Cultura e sociedade: 1780-1950. Trad. de Leônidas H. B. Hegenberg,
Octanny Silveira da Mota e Anísio Teixeira. São Paulo: Ed. Nacional, 1969.