

## **Jornalismo utilitário: um estudo de caso “Bom Dia Rio” – Intertv**

### *Journalism Utility: a study of case “Bom Dia Rio” – Intertv*

Júlio Cesar S. BARRETO FILHO<sup>1</sup>  
Mozarth D. A. MIRANDA<sup>2</sup>

#### **Resumo**

Este artigo tem como finalidade analisar a ocorrência do jornalismo utilitário, no Bom Dia Rio (BDR), telejornal transmitido pela InterTV, afiliada da TV Globo, em Campos dos Goytacazes, no norte do Estado do Rio de Janeiro. Desta forma, por intermédio de fundamentação teórica, entrevista com gestora do departamento de jornalismo e estudo de caso buscou-se identificar as marcas do jornalismo utilitário nas edições desta atração matinal. Realizou-se, assim, uma análise de conteúdo de cinco edições do programa para observar como esse gênero jornalístico é praticado.

**Palavras-chave:** Jornalismo Utilitário. Telejornalismo. Telespectador. Jornalismo Regional.

#### **Abstract**

This article aims to analyze the occurrence of utility journalism in Bom Dia Rio (BDR), a television newscast broadcast by InterTV, affiliated with TV Globo, in Campos dos Goytacazes, in the north of the state of Rio de Janeiro. In this way, through a theoretical basis, an interview with the journalism department manager and case study sought to identify the marks of utility journalism in the issues of this morning attraction. A content analysis of five editions of the program was carried out to observe how this journalistic genre is practiced.

**Keywords:** Journalism Utility. Telejournalism; Telespectador. Regional Journalism.

#### **Introdução**

A população é bombardeada diariamente por uma infinidade de informações. Estima-se<sup>3</sup> que, por ano, uma família de três pessoas armazena uma quantidade de

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo pelo Centro Universitário Fluminense (Uniflu).  
E-mail: jcbaretofilho@gmail.com

<sup>2</sup> Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Cognição e Linguagem (Uenf). Professor de Telejornalismo (Uniflu). E-mail: mozarthdias@hotmail.com

dados que equivale a 65 iPhones de 32 GB. Assim que acordam, lá estão nos smartphones, voluntaria ou involuntariamente, haja visto que não é necessária mais vontade própria para ter acesso aos “links”, imagens e áudios. Neste contexto, estão inseridos ainda os tradicionais veículos de comunicação, sobretudo, o meio televisivo, no caso atual do Brasil. Tudo isto, apesar da grande quantidade de informação, é impulsionado pela necessidade social de cada indivíduo de estar atualizado acerca do ambiente em que vive para, conseqüentemente, se orientar, seja na maneira de pensar ou agir.

É através da prática jornalística que as pessoas têm acesso ao que acontece nas diversas esferas da dinâmica social, o que vai desde os temas ligados à política até os fatos considerados mais simples — como a situação de trânsito e condições climáticas. Apesar de serem corriqueiros, não deixam de influenciar as tomadas de decisão. Este tipo de jornalismo é chamado de utilitário. Neste caso, são oferecidos dados para que o público os use diretamente em sua rotina, quer no momento em que recebe a notícia, quer mais adiante.

O objeto de estudo desta pesquisa é tradicionalmente caracterizado pela veiculação deste gênero jornalístico, uma vez que é exibido no período matinal. É nesta faixa de horário que a demanda por este tipo de notícia é maior, o que será demonstrado mais profundamente no decorrer desta exploração.

Ao utilizar os mecanismos de análise televisual propostos por Beatriz Becker (2012), a pesquisa observou uma semana de exibição — equivalente a cinco edições — do Bom Dia Rio (BDR), veiculado pela InterTV — afiliada da TV Globo, para verificar a ocorrência utilitária. Essa exploração foi apoiada em entrevista estruturada empreendida com a coordenadora de produção da emissora da sucursal de Campos dos Goytacazes, na região Norte do Estado do Rio de Janeiro. O encontro foi uma maneira de elucidar a presença dessa tipificação do jornalismo na proposta editorial do produto telejornalístico.

Destaca-se que a cobertura da emissora alcança cerca de três milhões de pessoas, contemplando 50 municípios fluminenses. É conveniente destacar que o trabalho não pretende destacar pontos positivos e negativos do produto jornalístico. O objetivo é

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<https://brazil.emc.com/about/news/press/2010/20100504-01.htm>> Acesso em: 24 de outubro de 2018.

analisar como o jornalismo utilitário se manifesta dentro do padrão editorial e estrutura da emissora.

## 1 Jornalismo utilitário

### 1.1 Utilitário ou de Serviço?

O jornalismo surge com base na necessidade de agir como intermediador entre o que ocorre em uma sociedade repleta de informações e seus próprios agentes. Sendo assim, “o jornalismo é sobretudo um serviço público”, (p.185) conforme argumento de Traquina (2008).

Não só Traquina (2008), mas diversos estudiosos têm esta profissão como uma forma de prestação de serviço a comunidade. Bond (1962), por exemplo, afirma que servir ao corpo social é um dos preceitos enraizados nesta profissão.

Desta forma, não seria preciso delimitar um gênero com tal nomenclatura, daí a preferência pela classificação “Utilitário”. Vaz (2013) afirma que o favoritismo por esse termo se dá ainda pela ambiguidade que a palavra “serviço” pode ocasionar, em virtude de poder ser relacionada, especialmente, a construção de um discurso jornalístico desenvolvido a partir de interesses econômicos.

Ao longo deste artigo, opta-se pela utilização de “Utilitário”, o que não significa o não uso de “Serviço”. Quando este for usado, estará se referindo a um dos formatos deste gênero ou a capacidade do produto jornalístico de atuar como forma de prestar serviço de orientação e assistência direta ao público, como discorre Vaz (2013), ao analisar a questão. Conjuntamente, Bahia (2015, p. 353) define esse termo como:

(...) informação de utilidade pública, de conteúdo esclarecedor, institucional, e de caráter voluntário, fornecida pelo veículo [...]. Espécie de notícia que adquire o sentido de orientação, guia, conselho, roteiro, interpretação, etc., sempre com o objetivo de contribuir, alertar, apoiar, prover de argumentos um indivíduo ou numa comunidade.

Logo, é possível notar que o jornalismo utilitário é um campo ainda em construção. A questão da terminologia é uma das várias temáticas que envolvem debates focados nesta esfera. Ser uma fonte de serventia ao público é uma singularidade consolidada da profissão.

## 2.1 Utilitário, mas também informativo e opinativo

Citando caso análogo, ao indicar a situação durante um feriado de vias cruciais que atravessam uma capital de um Estado, o repórter de televisão optará por distribuir as informações em uma reportagem — determinando o gênero informativo, opinará, a partir de apuração, sobre os melhores caminhos que o motoristas podem seguir em relação a infraestrutura, como asfalto e pontos de abastecimento e alimentação — gênero opinativo — mas também orientará acerca dos melhores horários de tráfego e das condições climáticas, evidenciando a prática utilitária.

Assim, admite-se que jornalismo utilitário, ao ter como basilar a capacidade de promover no receptor ações oriundas da informação transmitida, vai transitar entre alguns formatos e características das categorias informativas e opinativas, mas também através de aspectos próprios, sendo:

(...) uma fusão de artifícios comuns a outros gêneros. O que vai determinar sua existência é intenção de orientar, ajudar e resolver problemas do receptor por meio da mensagem jornalística veiculada na mídia. A produção do jornalismo utilitário acontece no sentido de promover a prestação de serviço. (VAZ, 2013, p. 120)

Luiz Beltrão, por exemplo, não admite especificadamente a constituição do Jornalismo Utilitário, no entanto, reconhece a constituição de “autênticos ‘serviços’” que a profissão presta ao público “como parte integrante da comunidade” (2006, p.118). Já José Marques de Melo (2003), apesar de delimitar a existência, avalia-o como complemento aos gêneros considerados hegemônicos — Informativo e Opinativo. Para o autor: “(...) eles convivem com categorias novas que correspondem às mutações experimentadas pelos processos jornalísticos (p. 27).

Na grande maioria dos casos, este gênero vai se manifestar a partir de formatos informativos, como notícia e nota, acompanhados de linguagem opinativa, aquela que “expõe ângulos, pontos de vista e elementos textuais que envolvam e convençam” (VAZ, 2013, p. 109), porém, neste caso, de maneira subentendida.

Usando outro exemplo, uma greve de funcionários do metrô de uma capital, como São Paulo, devido suas diversas consequências, inclusive, em outros tipos de

transporte público, será destaque nos telejornais logo cedo. Além de noticiar sobre o que está parado e orientar a população — jornalismo utilitário — acerca da maneira de proceder para chegar ao seu destino, os jornalísticos também vão informar sobre o que motivou a paralisação — jornalismo informativo. O que vai diferenciar, então, é a sua finalidade orientadora. Um mesmo assunto foi tratado de forma diferente por intermédio de dois gêneros, embora, através de um só formato: a reportagem.

## 2.2 Surgimento e função

O modelo utilitário, segundo Januário (2005), registra uma ascendência no final do século XX, muito atrelado aos jornalismo cultural e opinativo e as questões relacionadas ao consumo, responsável por impulsionar a segregação da profissão. A expansão do chamado jornalismo especializado é tida como liminar da prática utilitária.

Já na primeira metade dos anos 80 identifica-se que “o vulto de matérias focalizando ‘serviços’ não mais cabia no formato ‘nota’ do gênero informativo, sinalizando a emergência do gênero utilitário” (MELO, 2009, p. 27). Ao mesmo tempo, Temer (2002) discorre que em um

(...) mundo repleto de dados, e escasso de informações [...] esse tipo de jornalismo pode ser visto como uma consequência natural do jornalismo enquanto responsabilidade social, uma vez que oferece opções, propostas, soluções, e variados tipos de informações úteis para se enfrentar a vida cotidiana. (TEMER, 2002, p. 103)

A autora prossegue sua explanação a cerca do objetivo da mensagem utilitária, citando um dos exemplos mais corriqueiros:

As complicações da vida numa sociedade capitalista estruturada em que a divisão de tarefas é extremamente especializada nos leva a compreender com clareza porque as dicas do jornal sobre como preencher Imposto de Renda (ou qualquer outro documento legal) despertam tanta atenção do público. (TEMER, 2002, p. 103)

Ela considera ainda que a baixa alfabetização do público, neste caso o brasileiro, também vai influir sobre os assuntos e a linguagem usada, uma vez que essa produção é consequência da percepção cognitiva social local. Assim, a preocupação em conteúdos didáticos é ainda maior. Muito em razão disso, o gênero une gráficos e textos didáticos,

por exemplo, na cotação de moedas, assunto contundente para a economia de um país, não sendo, contudo, dominado pela massa.

Vaz (2013) afirma que “o jornalismo utilitário tem como proposta principal oferecer a informação que o receptor necessita de imediato ou que será necessária em algum momento” (p.60), através de vocabulário didático, sendo “uma espécie de munição que o indivíduo recebe para enfrentar a vida cotidiana” (p. 60). Dessa forma encontra-se uma junção entre “informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública” (BELTRÃO, 2006, p. 30), oferecendo ao público opções para agir.

Com base nas circunstâncias de seu surgimento e função — construída no decorrer de sua existência, é notória a inclinação para o crescimento desse jornalismo na contemporaneidade. Os telejornais nacionais das maiores emissoras de televisão brasileiras, sobretudo os do período da manhã, vêm aumentando o tempo destinado a esse gênero.

## 2.3 Características

Para conseguir exercer sua função instrucional, o gênero possui propriedades específicas. No que tange a linguagem, Vaz (2013) considera que a prática utilitária busca preponderantemente a construção do discurso baseada nos verbos no imperativo. Vocábulos como “comece”, “veja”, “saiba”, “evite” e “confira” se sobrepõem neste gênero. Eles são usados na “construção de textos que direta ou indiretamente promovam orientações” (p. 61), a partir de um linguajar mais pedagógico, como observa Temer (2002).

Já em relação aos formatos, Melo (2007) vai identificar quatro utilitários, como disposto na Tabela 3. O autor explica-os da seguinte maneira:

Indicador: Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas. (Cenários econômicos, meteorologia, necrologia, etc).

Cotação: Dados sobre a variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários.

Roteiro: Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos.

Serviço: Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.<sup>4</sup>

Vaz (2009) agrega a essa classificação com o que chama de espécies híbridas de gêneros, uma vez que agrupam aspectos informativos e utilitários. Na televisão, meio em que está situado o objeto deste estudo, o gênero se manifesta, principalmente, a partir da utilização de gráficos e “matérias que se baseiam em dados objetivos que indicam tendências ou resultados de natureza diversa, de utilidade para o telespectador em eventuais tomadas de decisões” (REZENDE, 2009, p. 12). Além disso, Vaz (2013) identifica *flash* “ao vivo”, muito utilizados para transmitir informações úteis para o telespectador que irá se deslocar para o trabalho ou para a escola. Essas são manifestações do formato indicador, o mais utilizado. Sobre ele, Rezende (2009) observa que, mesmo possuindo caráter permanente — como os números do mercado financeiro — e temporário — como a divulgação de pesquisas eleitorais, segue um padrão de linguagem de nota<sup>5</sup>, o que muitas vezes pode parecer repetitivo. Todavia, a repetição ocorre nos tipos de notícia, os dados que se alternam.

Além dos formatos, estudiosos observaram a exteriorização deste gênero em modos distintos. Vaz (2011), após análise de portais de notícias, aponta a existência de quatro tipos de informação utilitária.

O primeiro tipo refere-se à informação com orientação do tipo: como fazer, como prevenir, como evitar. Nesses casos, a matéria jornalística dá dicas ao internauta de como tomar alguma atitude que lhe traga algum benefício. [...]

O segundo tipo foi classificado como orientações baseadas em histórias de vida. Essa espécie é uma reportagem que relata uma história de vida e acrescenta orientações. [...]

Já no terceiro tipo de jornalismo utilitário, foram encontradas matérias com informações úteis: onde encontrar [...]

O quarto tipo é a orientação em formato de entrevista. Neste tipo, as informações de serviço são embutidas em entrevista com um conselheiro. (p. 101-102)

Algumas dessas formas evidenciam um debate acerca da ligação entre gênero utilitário e consumo. O que pode ocasionar na produção do “jornalismo cor de rosa”, em

---

<sup>4</sup> Notas de aula, na disciplina Gêneros Comunicacionais, do curso de Pós-Graduação ministrado pela Universidade Metodista de São Paulo.

<sup>5</sup> O que Bahia (2010) define como notícia pequena e breve, não ultrapassando na maioria das vezes 40 segundos em rádio e televisão.

que, de acordo com Marshall (2003), interesses econômicos se justapõem sobre aos do público. Vaz (2011) chama a atenção para a necessidade de em situações como essa, o veículo de comunicação atestar a estratégia de marketing.

Verifica-se, finalmente, que orientar é o vocábulo que mais se repete entre todas as observações aqui propostas. Não aleatoriamente tal constatação se dá, visto que essa é considerada a principal função do gênero utilitário. Os traços deste gênero revelam bem isso. A construção de uma reportagem utilitária está baseada na proposta de guiar o cidadão e para isso faz uso de mecanismos especiais. Dificilmente, verbos imperativos, por exemplo, são encontrados em textos que não os deste tipo de jornalismo.

### **3. Análise de conteúdo – Bom Dia Rio**

#### 3.1 Objeto de estudo

Após a abordagem conceitual do tema, a pesquisa analisará a ocorrência do jornalismo utilitário em um telejornal matinal exibido de segunda a sexta-feira para Campos dos Goytacazes e outros municípios das regiões Lagos, Norte e Noroeste fluminense: o Bom Dia Rio (BDR), da InterTV.

Por ser um bloco do Bom Dia Rio produzido pela TV Globo Rio — exibido para todo Estado entre 6h e 7h20, a duração do BDR exclusivo para as três regiões fluminenses citadas acima depende das demandas da capital. Desta forma, pode variar entre sete e dez minutos, mas sempre com o teto de finalizar a apresentação até às 7h30, quando recomeça a programação nacional.

Ao ser visto por moradores de 50 municípios do Estado, a média de público atingido é de três milhões de pessoas<sup>6</sup>. A estimativa<sup>7</sup> é de um pouco mais de 488 mil telespectadores potenciais somente no município campista, o maior do interior fluminense, que é a área de estudo desta pesquisa. Em toda a área de cobertura da InterTV Planície a grande maioria do público integra a classe C (60%).

---

<sup>6</sup> Informação passada pela coordenadora de produção do setor de Jornalismo da emissora, Fernanda Lisboa, em entrevista à pesquisa.

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://negocios8.redeglobo.com.br/Paginas/Exibidoras.aspx?e=9>> Acesso em 08 de novembro de 2018.

Quanto a perfil do telejornal, a emissora afirma que o BDR “adota uma linha de prestação de serviços”<sup>8</sup>, fornecendo as primeiras notícias do dia que se começa. Concomitantemente, condições de trânsito e tempo, esporte e agenda de eventos são citados como os principais assuntos.

### 3.2 Metodologia

A observação do telejornal será baseada no método de análise televisual proposto por Beatriz Becker (2012). A autora considera esquema criado como "um instrumento para leitura crítica de conteúdos e formatos noticiosos que utilizam a linguagem audiovisual" (p. 233).

A metodologia é dividida em três partes: descrição do objeto de estudo, o que foi feito no tópico anterior; análise televisual, propriamente dita, composta por duas etapas, e; interpretação do que foi colhido na fase anterior.

Em relação à análise televisual, a primeira etapa, um estudo quantitativo, é dividida em seis categorias, as quais serão apresentadas na tabela a seguir:

**Tabela 1:** Análise televisual: primeira etapa, por Becker (2012)

Estrutura do texto	"elementos que caracterizam o modo como o produto audiovisual se apresenta, considerando também o contexto onde a obra é produzida e distribuída" (p. 243).
Temática	"os conteúdos e os campos temáticos privilegiados" (p. 243).
Enunciadores	"identificar os atores sociais que participam da narrativa, observando os diálogos, os depoimentos, as diferentes vozes presentes e ausentes nos relatos, assim como a forma dos âncoras e dos repórteres apresentarem o texto" (p. 243).
Visualidade	"a instância cênico-visual e a maneira como são constituídos os cenários, os figurinos e os recursos gráficos e multimídia etc" (p. 243).
Som	"indica como os elementos sonoros, palavras, ruídos, trilha sonora

<sup>8</sup> Disponível em: <<http://negocios8.redeglobo.com.br/Programas/Paginas/bomdiario.aspx>> Acesso em: 11 de outubro de 2018.

	etc. estão relacionados aos elementos visuais e participam da construção da narrativa e dos sentidos do texto" (p. 243).
Edição	"desvelar processos de montagem da obra audiovisual e compreender como as principais características das narrativas jornalísticas audiovisuais, as combinações entre o texto verbal e a imagem produzem sentidos" (p. 243).

Fonte: Elaborada pelo autor com base em Becker (2012)

A partir de então, haverá suporte para a segunda etapa, em que é realizada, através de três princípios de enunciação, uma análise qualitativa. Entre os preceitos estão a “Fragmentação”. Ele diz respeito ao modo em que as informações são apresentadas, considerando que “as notícias são apresentadas como um mosaico” (BECKER, 2012, p. 244). A “Dramatização”, por sua vez, observa a maneira como a narrativa é construída para envolver o telespectador, atentando, por exemplo, ao modo em que clímax e caráter dramático são estabelecidos para provocar reações de empatia e comoção na audiência. Por fim, o princípio da “Definição de Identidades e Valores” nota como os diferentes elementos da linguagem audiovisual são utilizados, “referentes aos valores atribuídos a problemas e conflitos locais e globais e os modos como são julgados e qualificados” (BECKER, 2012, p. 244).

Sendo assim, esses artifícios serão usados para analisar a exibição das íntegras dos programas exibidos entre 15 e 19 de outubro de 2018, período de uma semana.

Como forma de complementar a apreciação, o trabalho se apoiará em entrevista realizada com a coordenadora de produção do setor de jornalismo da InterTV Planície, Fernanda Lisboa. O encontro, que foi gravado, ocorreu em setembro de 2018, na redação da emissora. A transcrição do diálogo pode ser conferida no apêndice.

Para a realização da conversa, optou-se pelo modelo estruturado. Desta forma, um mesmo roteiro de questionamentos guiou o pesquisador no chamado “processo de interação com o informante” (MANZINI, 2004, p. 2). Durante o preparo, houve a preocupação com a clareza e precisão da linguagem, como também com a forma e sequência lógica das perguntas. Em todos os questionamentos as respostas eram abertas. Assim, foi possível absorver eficazmente a visão da entrevistada acerca do tema, haja vista que neste modelo a mesma tem maior liberdade para responder. Buscou-se,

portanto, entender os padrões editoriais e a inserção do gênero utilitário nesses produtos jornalísticos.

### 3.3 Análise

Por meio da análise do BDR, ficou nítido que o gênero utilitário atua em segundo plano, se comparado a factualidade, o principal critério de noticiabilidade utilizado. Em todas as edições analisadas, os temas de abertura estavam relacionados ao factual, sendo que em uma, inclusive, sua totalidade dedicava-se a tal. Isso vai ao encontro das colocações da coordenadora de produção da InterTV Planície sobre o assunto e da arrumação quantitativa disposta na tabela a seguir.

**Tabela 2:** Análise Bom Dia Rio

DATA	DURAÇÃO	TEMPO DE UTILITÁRIO	FORMATO	FORMAS	TEMAS
15/10	9 min	3 min e 23 s (36%)	- Indicador - Serviço - Roteiro	- “Ao vivo” - Nota coberta com imagens “ao vivo”	- Trânsito - Preço do pedágio - Previsão do Tempo
16/10	3 min e 13 s	0 (0%)	-	-	-
17/10	8 min e 4 s	4 min e 45 s (53%)	- Indicador - Serviço - Roteiro	- “Ao vivo” - Nota coberta com imagens “ao vivo” - Nota - Stand-up	- Cursos de Graduação - Benefício do governo - Trânsito - Evento Científico - Previsão do Tempo
18/10	6 min e 41 s	2 min e 55 s (40%)	- Indicador - Serviço	- “Ao vivo” - Nota coberta	- Iluminação Pública

				com imagens “ao vivo”	- Distribuição kit TV Digital - Previsão do Tempo
19/10	6 min e 28 s	2 min e 34s (38 %)	- Indicador - Serviço	- “Ao vivo” - Nota coberta com imagens “ao vivo”	- Marcação de exame - Previsão do Tempo

Fonte: Elaborada pelo autor

O quadro mostra que a utilização do jornalismo como forma de prestar serviço a população, apesar de não ser o principal, é o segundo valor-notícia mais determinante quando o espelho é elaborado. Não por acaso, foi percebido que em muitos casos um tipo, serve de apoio para outro. Afirma-se isso, uma vez que se constatou a preocupação em organizar o modo pelo qual as formas jornalísticas são apresentadas para haver uma transição de gênero e assunto sem grande impacto e percepção do telespectador, criando ainda a relevância para ambos.

Como forma de ilustrar essa proposição, há o caso do programa transmitido em 17/10. Em dado momento, uma reportagem informativa esclarecia a população sobre as reivindicações dos professores do município de Cabo Frio, onde uma greve gerava consequências para o calendário escolar. Em seguida, o âncora anunciou “uma oportunidade para quem quer estudar”. Posteriormente, ele chamou uma repórter, que “ao vivo” de Cabo Frio, indicou aos interessados o procedimento a ser seguido para efetuar uma inscrição no vestibular do Centro de Educação Superior a Distância do Estado do Rio de Janeiro (Cederj). Algo similar aconteceu em 15/10, quando inicialmente abordou-se o trânsito no trecho urbano da BR-101, em Campos dos Goytacazes, e depois, a redução no valor do pedágio da BR-040. Ambos os temas, utilizaram-se de links “ao vivo”. Essa transição informativo-utilitário ocorre, até mesmo, dentro de um mesmo assunto.

Também nesta edição, uma repórter foi chamada “ao vivo” da praia do Forte, em Cabo Frio, para primeiramente informar sobre o quantitativo de salvamentos no decorrer do feriado prolongado e depois, fazer um alerta sobre as condições do mar no

local, haja vista que 15 de outubro é feriado em grande parte dos municípios da região, o que poderia atrair público considerável para a área litorânea. “Prestar atenção no mar porque está marolinha, mas tem correnteza” e “Evitar entrar no mar onde tem bandeirinhas indicativas de correnteza” foram algumas das frases ditas pela jornalista. Ainda no âmbito deste exemplo, este é um dos casos em que o som ambiente tem função singular na construção do real televisivo, uma vez que por meio do ruído oriundo das ondas do mar o telespectador é reportado para aquele ambiente.

Em relação a notícia referida as vagas do Cederj, ela também serve para elucidar o que dizem os estudiosos do campo sobre a linguagem utilitária. “Tem que se inscrever até dia 31 deste mês” e “Entrar no site do Cederj, imprimir um formulário e pagar uma taxa de inscrição” foram frases utilizadas que soam como uma receita de bolo com um passo a passo. Entretanto, a tendência notada foi por verbos no infinitivo, não no imperativo, como analisou Vaz (2013) e Temer (2002). Aponta-se a tentativa de criar um diálogo com quem assiste, como motivo por essa preferência, acompanhada por frases curtas e de uma interação simplista entre âncora e repórteres, utilizados majoritariamente em links “ao vivo”, na maioria dos casos no ambiente onde se passa a informação. No dia 15/10, o apresentador convida: “vamos ver como está a volta do feriado”<sup>9</sup>. A repórter, às margens da BR-101, então, alerta: “Tem que tomar cuidado. Tem que ter muita paciência”. Situação similar aconteceu 18/10, quando, ao falar sobre a distribuição do kit gratuito para sistema digital, o repórter usa locuções como “para vocês terem uma ideia” e “se você está inscrito em algum programa social”.

Outro aspecto notado é o papel do grafismo. O Gerador de Caracteres (GC) contribui para chamar a atenção para a informação passada, principalmente, quando está relacionada ao gênero utilitário. Em 17/10, estava escrito na tela: “VESTIBULAR CEDERJ – Mais de 7.500 vagas em 16 cursos” e em 18/10, “ILUMINAÇÃO PÚBLICA – Morador de Campos pode relatar problemas em nova central de atendimento”. Além disso, um quadrado posicionado na parte inferior esquerda da tela exhibe durante todo o telejornal a previsão do tempo — uma das formas mais habituais do gênero utilitário — para os municípios que recebem o sinal da emissora. A pesquisa identificou essa ação como uma maneira de englobar toda a área de cobertura da emissora e, conseqüentemente, fazer com que o público veja seu contexto social

---

<sup>9</sup> O feriado nacional de 12 de outubro foi em uma sexta-feira, ou seja, um feriado prolongado.

retratado, mesmo que minimamente, pelo principal meio de comunicação do país. Isso também acontece com os vários links “ao vivo” e as imagens do céu de sempre três municípios de três diferentes regiões no espaço exclusivo destinado as informações meteorológicas. Em 17/10, por exemplo, houve transmissão direta nesse quadro de Campos, Petrópolis e Cabo Frio.

Por fim, no último telejornal analisado, o exibido em 19/10, ficou claro a influência direta que jornalismo pode exercer sobre o agir da população. Impulsionado pelo equívoco de grande parcela de campistas que precisavam marcar mamografia, mas estavam tentando realizar a marcação em lugar errado, o BDR deslocou uma repórter “ao vivo” para frente de uma Unidade Básica de Saúde (UBS). Ela destacou que para efetuar o agendamento era necessário comparecer em qualquer UBS, não nos hospitais onde são realizados os exames —como estava acontecendo.

## **Considerações finais**

A partir dos fundamentos teóricos dispostos e debatidos ao longo do texto, somados a análise televisual, constata-se que o jornalismo utilitário atua como uma espécie de gênero de apoio no telejornal analisado. Tal consideração, relaciona-se a certa preferência observada pela factualidade em detrimento da utilidade.

Embora a apresentação do Bom Dia Rio divulgada pela TV Globo destaque a prestação de serviço como primícia, é evidente que o telejornal dá uma resposta a demanda da sociedade ao privilegiar notícias factuais. Isso se dá, no âmbito social, pelo grande impacto do vasto volume de informações propagado através das redes sociais, em que fotos e dados são divulgados quase que instantaneamente a sucessão dos acontecimentos, mas, na maioria dos casos, com veracidade questionada.

Além disso, o acanhado espaço destinado a Previsão do Tempo e Trânsito, tradicionais indicadores do jornalismo utilitário, representa ainda uma reação da imprensa a crise econômica que desemprega muitos brasileiros e gera consequências para milhões de pessoas. Desta forma, as consequências desse cenário — mais violência, por exemplo — passaram a ganhar as manchetes. Uma edição do BDR, por exemplo, foi totalmente dedicada a informações de uma operação policial em Campos dos Goytacazes. Isso mostra que, de fato, o jornalismo atua sendo reflexo da sociedade.

Apesar disso, observou-se que o espaço destinado a prática utilitária ainda é significativo. A análise do BDR evidenciou que a manifestação deste tipo de jornalismo se dá em grande parte através de informações relacionadas a serviços públicos e economia, outro efeito do ambiente contemporâneo. Com menor poder aquisitivo, a população tende a se interessar mais por tais temas.

Complementarmente, atentou-se para o fenômeno da regionalidade, em que a população almeja ver a sua realidade retratada. Essa é uma tendência considerada por Fontana e Reckziegel (2015) como mundial, sendo um dos principais indícios a adequação a linguagem da cultura local para aproximar o jornalismo com aquele cotidiano específico.

Ao longo deste trabalho, notou-se ainda que links “ao vivo”, sobretudo os realizados em locais que tem ligação com o fato relatado, são o indicador principal desta construção do real regional, sendo ainda um indicativo de autenticidade, segundo considera Fachine (2006), como também de interação e vigilância. Praticamente em todas as edições alguma notícia, pelo menos, referia-se a municípios das três regiões de abrangência da emissora.

Desta forma, conclui-se que sim, o jornalismo utilitário interfere direta e objetivamente na rotina dos telespectadores campistas do BDR, apesar do mesmo possuir duração consideravelmente menor do que os concorrentes da mesma faixa de horário. Por si próprio o jornalismo possui intrinsecamente a capacidade de influir na sociedade, uma vez que é uma instituição social, operando um processo social, mas no caso do utilitário isso ocorre de maneira mais direta.

## Referências

BAHIA, Juarez. **História, jornal e técnica: as técnicas do jornalismo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009. 2 v.

BAHIA, Juarez. **Dicionário do Jornalismo: século XX**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: FAI/Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Edições Omnia, 2006.

BECKER, Beatriz. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. In: **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 231-250, jan./jun. 2012. Disponível em:

<file:///C:/Users/PESQUISA/Downloads/38335-Article%20Text-45215-1-10-20120814.pdf> Acesso em: 09 de outubro de 2018.

BOND, Frank Fraser. **Introdução ao Jornalismo**: uma análise do quarto poder em todas as suas formas. 2. ed. Rio de Janeiro: Agir, 1962.

COSTA, Lailton Alves da. Gêneros Jornalísticos. *In*: MELO, José Marques; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros Jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MANZINI, Eduardo José. Entrevista semi-estruturada: análise de objetivos e de roteiros. *In*: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE PESQUISA E ESTUDOS QUALITATIVOS – A Pesquisa Qualitativa em Debate, 2, 2004, Bauru-SP. **Anais...** Bauru: Universidade do Sagrado Coração, SE&PQ, 2004. Disponível em: <<https://wp.ufpel.edu.br/consagro/files/2012/03/MANZINI-Jos%C3%A9-Eduardo-Entevista-semi-estruturada-An%C3%A1lise-de-objetivos-e-de-roteiros.pdf>> Acesso em 08 de outubro de 2018.

MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003. Disponível em: <[https://books.google.com.br/books?id=Apecmn5Doi4C&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.br/books?id=Apecmn5Doi4C&printsec=frontcover&hl=ptBR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)> Acesso em: 25 de setembro de 2018.

MELO, José Marques de. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3 ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.

REZENDE, Guilherme Jorge de. Gêneros e formatos jornalísticos na Televisão Brasileiro. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32, 2009, Curitiba. **Anais... INTERCOM**, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>> Acesso em: 25 de setembro de 2018.

TEMER. Ana Carolina Pessôa. **Notícias & serviços**: nos telejornais da Rede Globo. 1 ed. Rio de Janeiro: Sotese, 2002.

TEMER. Ana Carolina Pessôa. Reflexões sobre a tipologia do material jornalístico: o jornalismo e as notícias. *In*: **Revista Brasileira das Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 30, n 1, p. 49-70, jan./jun. 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 3. ed. v.2. Florianópolis: Insular, 2013.

VAZ, Tyciane Viana. Gênero utilitário na internet: o jornalismo de serviço praticado no Brasil e Portugal. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34, 2011, Recife. **Anais... INTERCOM**, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-1652-1.pdf>> Acesso em: 25 de setembro de 2018.

VAZ, Tyciane Viana. Jornalismo de Serviço: as espécies utilitárias como gênero na mídia brasileira. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, 2008, Natal. **Anais... INTERCOM**, 2008.

VAZ, Tyciane Viana. **Jornalismo de serviço**: o gênero utilitário na mídia impressa brasileira. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2009. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/852/1/1-90.pdf>> Acesso em: 25 de setembro de 2018.

VAZ, Tyciane Viana. Jornalismo utilitário na TV: análise da produção do gênero no programa Bem-Estar da Rede Globo. *In:* CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35, 2012, Fortaleza. **Anais... INTERCOM**, 2012.

VAZ, Tyciane Viana. **Jornalismo utilitário: teoria e prática**: Fundamentos, História e Modalidades de Serviço na Imprensa Brasileira. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, São Paulo, 2013.