



FACULDADE ANÍSIO TEIXEIRA
COLEGIADO DOS CURSOS DE JORNALISMO E PUBLICIDADE E
PROPAGANDA
CURSO DE BACHARELADO EM JORNALISMO

DANIELA ALVES SILVA
JEFERSON COSTA DOS SANTOS
RAFAEL MARQUES DA SILVA
RAIMUNDA CARVALHO DO NASCIMENTO

MUDANÇAS NO TELEJORNALISMO E AS DEMANDAS DA
EXPRESSIVIDADE DOS APRESENTADORES

FEIRA DE SANTANA, BA
DEZEMBRO, 2021

DANIELA ALVES SILVA
JEFERSON COSTA DOS SANTOS
RAFAEL MARQUES DA SILVA
RAIMUNDA CARVALHO DO NASCIMENTO

**MUDANÇAS NO TELEJORNALISMO E AS DEMANDAS DA
EXPRESSIVIDADE DOS APRESENTADORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo, na Faculdade Anísio Teixeira.

Orientadora: Prof. Andréa Souza

FEIRA DE SANTANA, BA
DEZEMBRO, 2021

MUDANÇAS NO TELEJORNALISMO E AS DEMANDAS DA EXPRESSIVIDADE DOS APRESENTADORES

Daniela Alves Silva¹, Jeferson Costa dos Santos², Rafael Marques da Silva³, Raimunda Carvalho do Nascimento⁴ e Andréa Souza⁵

RESUMO

O telejornalismo brasileiro precisou se adaptar as mudanças. E a principal delas veio com o advento da internet. Com a chegada da era digital, o telejornalismo realmente mudou. A convergência midiática, que é tendência de adaptação das mídias à internet, mudou o telejornalismo no mundo. Ela definiu as novas relações no telejornalismo brasileiro, aumentando a interatividade dentro do telejornal, o que deu mais rapidez a resposta do público ao que é passado como notícias. Prova disso é a repercussão da fala de Jéssica Senra no Bahia Meio Dia sobre a contratação de Bruno Fernandes, que matou a mãe do seu filho de forma brutal e cruel, por um time baiano. Este trabalho acadêmico tem o propósito de estudar sobre as mudanças e expressividade do jornalismo de opinião apresentado pela jornalista Jessica Senra, apresentadora do Bahia Meio Dia da TV Bahia, em Salvador, e quais as estratégias usadas pela Rede Bahia para desenvolver uma mudança de abordagem para um estilo mais opinativo no noticiário.

Palavras-chave: Telejornalismo; Convergência Midiática; Opinião.

ABSTRACT

Brazilian TV journalism needed to adapt to the changes. And the main one came with the advent of the internet. With the arrival of the digital era, TV journalism has really changed. The media convergence, which is the tendency of media adaptation to the internet, has changed the telejournalism in the world. It has defined the new relationships in Brazilian television news, increasing interactivity within the news, which has given more speed to the public's response to what is passed as news. A proof of this is the repercussion of Jéssica Senra's speech in Bahia Meio Dia about the hiring of Bruno Fernandes, who killed the mother of his son in a brutal and cruel way, by a team from Bahia. The purpose of this academic work is to study the changes and expressiveness of the opinion journalism presented by Jessica Senra, host of Bahia Meio Dia on TV Bahia in Salvador, and what are the strategies used by Rede Bahia to develop a change of approach to a more opinionated style in the news.

Keywords: Telejournalism; Media Convergence; Opinion.

1. INTRODUÇÃO

Amorim (2008) ressalta a vontade que o homem sempre teve em contar histórias. Segundo a autora, essa vontade sempre esteve presente, seja através do lápis e papel, seja pela fala, ou até mesmo pelo movimento. As narrativas representam esta vontade e promovem a formação de comunidades em torno do mundo imaginário constituído pelas histórias criadas e contadas.

Amorim (2008) diz ainda que foi essa vontade contínua do homem que fez com que, ao longo dos séculos, as mídias “tradicionais” ou analógicas tenham formado uma base

¹ Graduando no curso de Bacharelado em Jornalismo. E-mail: alvesdaniela780@gmail.com

² Graduando no curso de Bacharelado em Jornalismo. E-mail: jefersoncostadossantos105@gmail.com

³ Graduando no curso de Bacharelado em Jornalismo. E-mail: rafasp2215@hotmail.com

⁴ Graduando no curso de Bacharelado em Jornalismo. E-mail: carvalhosonia0s6@gmail.com

⁵ Orientador. Formação: docente e jornalista. E-mail: andrea.silva@fat.edu.br

teórica e sólida, onde é possível extrair guias para a criação de narrativas, técnicas para seduzir o leitor ou o espectador, um modelo cognitivo das pessoas no momento de interpretação das histórias e outras técnicas que permitem ao autor elaborar narrativas mais cativantes. Ela diz ainda que a era da informatização trouxe novos meios de comunicação. Esses podem ser identificados como mídias digitais, que trouxeram novas formas de transmitir ideias, informações e histórias.

Com o passar dos anos e com os avanços tecnológicos, o telejornalismo passou por grandes mudanças. Ao longo dos últimos anos, o telejornalismo brasileiro tem experimentado novas estratégias de personificação do apresentador na tarefa de informar e conduzir o noticiário (BELÉM, CIRNE, 2019).

Este trabalho acadêmico tem o propósito de estudar sobre as mudanças e expressividade do jornalismo de opinião apresentado pela jornalista Jessica Senra, apresentadora do Bahia Meio Dia, da TV Bahia, em Salvador. O método de pesquisa será feito através de referências bibliográficas, indicações que levarão aos resultados que deseja se alcançar para o objeto de estudo.

Pretende-se saber também quais as estratégias usadas pela Rede Bahia para desenvolver uma mudança de abordagem para um estilo mais opinativo no noticiário Bahia Meio Dia, como essa mudança impactou na audiência, analisar as mudanças do telejornalismo na expressividade da apresentadora, com ênfase nos recursos verbais e não verbais, e observar as mudanças na linha editorial, recursos tecnológicos e em seu posicionamento.

O objetivo dessa pesquisa é ainda mostrar a rotina de um telejornal e suas mudanças através de conteúdos jornalísticos que remetem à reflexão da jornalista e que chamam a atenção do telespectador em relação ao discurso claro e objetivo da opinião que chega ao entendimento de todos. Nosso método de pesquisa será feito através de referências bibliográficas, indicações que nos levarão aos resultados que desejamos alcançar para nosso objeto de estudo.

Ressalta-se que os jornalistas são peças importantíssimas desses meios de comunicação. Logo, jornalistas e meios de comunicação podem ser compreendidos como os instrumentos dos quais os indivíduos lançam mão para buscar suas representações e para buscar seu espaço social (VICCHIATTI, 2005, p.30).

2. O TELEJORNALISMO NO BRASIL

A história do telejornalismo brasileiro, como apontam Machado e Ferreira (2012), se confunde com a implantação da televisão aberta no país. Essas mudanças, ainda na opinião dos autores, foram moldadas por patrocinadores. Souza (2004) diz que o telejornalismo se trata de um modelo de negócios que fora estruturado por patrocinadores e amparado pela lógica publicitária.

A autora Mello (2008) ressalta que os anos da década de 1950 surgem como uma virada na história da comunicação com a chegada da televisão no Brasil. É nesse contexto, na opinião da autora, que a história do jornalismo brasileiro se confunde com a da TV que começou suas transmissões em 18 de setembro de 1950. Naquela época, o dinamismo do jornalista Assis Chateaubriand dá um novo símbolo para o país com a inauguração da PRF-3/TV Tupi, Canal 3 de São Paulo, canal que transmitia para pouco mais de 100 televisores na cidade de São Paulo.

Mello (2008) lembra ainda que foi no dia seguinte à inauguração da televisão que foi transmitido o primeiro telejornal no Brasil: o “Imagens do Dia”. Ele mostrava imagens brutas (sem edição) dos acontecimentos daquele dia. Com comando de Maurício Loureiro Gama, o telejornal durava o tempo que fosse necessário para a transmissão de todos os fatos e imagens.

Ainda segundo a autora, no início, a linguagem jornalística televisiva se assemelhava a linguagem do rádio. As frases eram longas e traziam muitos detalhes sobre os assuntos enfocados. O programa de maior sucesso da década de 1950 no rádio era o “Repórter Esso”. Mello cita ainda Piccinin (2008) quando ele diz que não somente a televisão brasileira, mas vários países do mundo se inspiram na produção jornalística que é feita nos Estados Unidos. Exemplo disso é o Jornal Nacional que teve impulso principalmente com o patrocínio dado pelo governo militar (1964-1985).

Mello (2008) ressalta ainda que, à medida que a censura ia perdendo força, no início dos anos de 1980, outros programas jornalísticos marcavam o seu tempo na história, como o “Vox Populli”, na TV Cultura, o “Encontro com a Imprensa”, na Bandeirantes; e o “Diário Nacional, na TV Record. Entre os programas de entrevistas e debates ao vivo, a Globo registra uma tentativa frustrada, o semanal “Globo em Revista”, que saiu do ar após alguns meses.

3. MUDANÇAS NO TELEJORNALISMO

Macêdo (2016) escreveu sobre o que o avanço tecnológico tem proporcionado de mudanças nos meios de comunicação. O advento da internet contribuiu para a ampla divulgação de informações em vários formatos e em tempo real. Outra mudança, conforme Belém e Cirne (2019), diz respeito às transformações na forma de condução do telejornal. O apresentador, por exemplo, passou a estabelecer um diálogo mais próximo e íntimo com a audiência, especialmente nas produções jornalísticas locais. O objetivo principal é o de fazer com que o seu telespectador se sinta próximo do apresentador, sinta que ele é tão humano quanto qualquer um.

Macêdo (2016) admite que no Brasil a televisão ainda é o meio de comunicação mais utilizado. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia do ano de 2015⁶, 95% dos entrevistados afirmaram ver TV, sendo que 73% da população assiste ao veículo todos os dias. Dentre os telespectadores, 79% declararam que utilizam o veículo para se informar. Ainda conforme Macêdo (2016), a atitude do âncora convida o telespectador a participar do telejornal, pois diferentemente de um filme, por exemplo, em que os atores encenam uma história e o telespectador apenas observa, no telejornal pode haver interpelação do olhar. Já

Pinto (2002) explica que a interpelação ou não pelo olhar do personagem é uma forma comum pela qual o dispositivo de enunciação daqueles gêneros discursivos em que a imagem é um componente semiótico, como a mídia, procura estabelecer uma relação pragmática de proximidade ou distância do receptor.

4. PRODUÇÃO DE UM TELEJORNAL

Cajazeira *et al.* (2015) explicam que, em um telejornal, as notícias podem ser relatadas sob vários formatos. Elas podem ser uma nota simples⁷, uma matéria que não foi alvo de reportagem externa⁸, uma nota coberta⁹, com imagens acompanhadas de voz, e também reportagens¹⁰ que são a forma mais completa de apresentar a notícia. A linguagem deve ser

⁶<http://antigo.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015/view>.

⁷Pequena notícia destinada à informação rápida. Muito veiculada nas colunas dos jornais ou ainda lidas em telejornais e radiojornais.

⁸ Texto jornalístico publicado nos veículos de comunicação.

⁹ Veiculada na TV com narração (geralmente do apresentador) e com imagens.

¹⁰ Informa, de modo mais aprofundado, fatos de interesse público.

simples e coloquial para atingir o maior número de pessoas, evitando o uso de gírias, palavras estrangeiras, que podem confundir o telespectador.

A produção de um telejornal passa por dois momentos: o antes e o depois da matéria. O antes, explicam Cajazeira *et al.* (2015), é a pré-produção. Ela demanda muito da equipe de produção, que necessita de boas ideias, bons contatos, imaginação e muita agilidade. Com a definição da pauta estando completa, a produção vai a campo para encontrar os personagens, os possíveis locais e imagens a serem utilizadas. Essa equipe precisa tornar a matéria realizável e enriquecedora.

A pós-produção é o momento em que a reportagem passa pela redação, onde os editores de texto vão fazer a versão final do roteiro de edição. Nesta fase será elaborada a cabeça do VT, após a reportagem pronta, que pode ser mesma que o repórter sugeriu ou uma escrita pelo próprio editor de texto (CAJAZEIRA *et al.*, 2015)

5. PERSONIFICAÇÃO DO APRESENTADOR NOS PROGRAMAS DE TV

Fechine (2002) diz que a personalização do apresentador é um processo que se busca estabelecer uma proximidade e intimidade maior com a audiência. A mudança muitas vezes vem atrelada a uma subjetividade discursiva, expressa pela opinião dos apresentadores. Ainda segundo a autora, os apresentadores funcionam como condutores, que delegam voz aos repórteres, os quais têm por função evidenciar os fatos.

Nesse intercâmbio entre o apresentador e o repórter, delimitam-se os diferentes papéis enunciativos do ato, no qual o apresentador assume a conduta de narrador principal no telejornal, e os repórteres como narradores secundários (FECHINE, 2008). A atuação “ao vivo” estabelece a sincronia entre a narração do apresentador, a transmissão do programa e a recepção do telespectador (BELÉM, CIRNE, 2019).

Nos anos 2000, com a exclusão das bancadas, os apresentadores foram colocados sob novos ângulos, com enquadramentos mais amplos, que passaram a destacar todo o corpo e que permitiam que eles se deslocassem, valorizando novas formas de expressão (BELÉM, 2017). Com essas mudanças, o apresentador começou a colocar marcas da personalidade no texto, explorando elementos da expressividade, o que antes eram contidos quando conduzia a edição noturna do noticiário, que por sua vez era focada em assuntos factuais ou mesmo em comparação ao estilo da apresentadora anterior. A mudança no telejornal fez com que o

apresentador assumisse outra postura, escrevendo enunciados de forma mais popular (BELÉM, CIRNE, 2019)

6. CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA

A principal mudança no telejornalismo veio com o surgimento das redes sociais. Barbeiro e Lima (2002) tratam sobre a mudança que o jornalismo e os jornalistas sofrem com o surgimento de novas tecnologias. Segundo os autores, o advento da tecnologia informacional no jornalismo é o encontro de um novo oceano, que precisa ser explorado, compreendido, pesquisado e vencido. O telejornalismo já não é o mesmo na sociedade informacional e o jornalista tem que se preparar para uma nova época em construção e não em extinção.

Navarro (2010) diz que Henry Jenkins é um dos pesquisadores da mídia mais influentes da atualidade. Além do livro sobre convergência midiática, ele já escreveu sobre comédia no cinema hollywoodiano, sobre jogos de computador e sobre comunidades de fãs. De forma mais ampla, Jenkins é um entusiasta daquilo que chama de cultura participatória. Navarro (2010) também entrevistou Jenkins em 2010. Nessa entrevista, Jenkins diz que a convergência midiática tende a expandir essa possibilidade da participação do consumidor na produção do conteúdo porque eles são como agentes criativos que ajudam a definir como o conteúdo midiático deve ser usado e, em alguns casos, dão forma ao próprio conteúdo. E isso permite maior acesso à produção e à circulação de cultura.

Vieira (2011) destaca que o livro de Jenkins, “Cultura da Convergência”, é um marco para quem estuda comunicação na contemporaneidade. Para Jenkins, a nova cultura da convergência será construída sobre referências de vários conglomerados de mídia em que a produção midiática tradicional assume e absorve a produção dos fãs, assim, ambas acabam tornando-se indistintas, muitas vezes tendo na internet um território fértil.

Mas o que é convergência midiática? O termo convergência midiática significa, conforme Jenkins (2008), o fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam.

Jenkins (2008) explica que, no mundo das convergências das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia. Segundo ele, a circulação de conteúdos por meio de diferentes sistemas de mídia, sistemas de administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais, depende fortemente da participação ativa dos consumidores.

Ainda conforme Jenkins (2008), a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos. Para além da mídia, Jenkins destaca a existência de uma convergência tecnológica, econômica, cultural e até social. O desafio é exatamente este: compreender a convergência como um fenômeno interdisciplinar por natureza (VIEIRA, 2011).

7. JÉSSICA SENRA E AS MUDANÇAS NO BAHIA MEIO DIA

Jéssica Senra é uma jornalista baiana que começou a sua trajetória na televisão em 2010. Ela era repórter e apresentadora na Rede Bandeirantes de Televisão. Ao mesmo tempo em que trabalhava na Rádio MetrÓpole FM, fazia apresentações de programas e era editora-chefe do site da emissora. Jéssica teve seu maior destaque na TV aberta em 2011, quando virou apresentadora na TV Record Bahia. Na Record foi reconhecida pelo telespectador baiano e permaneceu apresentando telejornais por quase sete anos. Em abril de 2018 foi convidada a apresentar o Bahia Meio Dia (BMD).

Para a apresentadora, essa foi um desafio maior. A partir dali ela estaria trabalhando com um novo formato. Foi em maio de 2018 que o BMD mudou a pauta, linguagem, apresentação e formato das reportagens. Conforme o G1, na pauta, haviam temas ligados a oportunidades de emprego, solidariedade entre os baianos, pequenos negócios e empreendedorismo vão ganhar um tratamento diferenciado e com ações especiais.

Andreia Silva, uma das repórteres que trabalham no BMD, falou sobre telejornal. Andreia ressaltou que o telejornal já teve vários apresentadores. Ela chegou no telejornal em janeiro de 1996. Nessa época, conforme seu relato, eram três apresentadores numa bancada: Casemiro Neto, Cristina Barude e Ana Valéria. Os três faziam todo o jornal que não passava de meia hora. Na opinião de Andreia, havia harmonia e era um formato aceito pelo público. De lá para cá houveram diversas mudanças, mas ela se considera conservadora.

Em fevereiro de 2021, o Bahia Meio Dia apresentou outras mudanças. O telejornal passou a ter um perfil voltado para o jornalismo comunitário e atento às dificuldades que a população baiana enfrenta no dia a dia, conforme o site G1. Jéssica continuou a frente do programa só que agora dividindo o núcleo de apresentação com Vanderson Nascimento.

As mudanças, para Andreia Silva, são mais tecnológicas, o que ajuda no trabalho. Atualmente, diz Andreia, as matérias são mais “conversadas”, o que ela gosta, principalmente porque sempre segue a máxima de que o primordial é ter a notícia como linha de frente sempre. Para isso, o jornalista precisa de boas fontes, muita informação, nunca pensar que já perguntou tudo e só finalizar o contato depois que tirar todas as dúvidas, “absolutamente todas”.

Jéssica Senra não sente que tenha limitações para demonstrar o seu posicionamento enquanto está apresentando o telejornal BMD. A apresentadora diz que a opinião que ela transmite surge a partir de uma análise dos seus argumentos e da sua vivência e que ela não é a única responsável pela audiência. Seus comentários e posicionamentos fazem parte de um todo, que engloba a produção e a equipe do Bahia Meio Dia. O julgamento que faz e que é transmitido no jornal, vem de um conjunto de informações que é construído com uma notícia bem apurada, de qualidade, que presta serviços, vem com agilidade e são importantes.

As mudanças pelas quais o Bahia Meio Dia está passando já é um processo que vem ocorrendo a certo tempo, estabelecendo reestruturações no formato do telejornal, diz Jéssica. Nos dias atuais, a repercussão de um assunto consegue alcançar mais pessoas por conta internet e das redes sociais. Para a apresentadora, o aumento do engajamento da matéria dá a possibilidade de aproximação do público ao programa e a quem está apresentando-o, o que não acontecia em outros tempos quando, em sua opinião, o jornal era mais engessado. Ela diz que, através das redes sociais, percebe-se o engajamento do público, além de fazê-los se identificarem ou não com os temas abordados no telejornal e assim fazer as pessoas pensarem e debaterem sobre o assunto.

8. CASO ELIZA SAMUDIO E BRUNO FERNANDES

O Estudo de Caso deste artigo tem como objeto de pesquisa analisar o caso que envolve o goleiro Bruno Fernandes, que seria contratado pelo Fluminense de Feira de Santana, assunto que teve grande repercussão nacional depois do comentário, reflexão e

opinião da jornalista da TV Bahia, Jéssica Senra. Em sua fala, Jéssica disse que um “femicida que mata a mãe do seu próprio filho não pode voltar a ter o lugar ídolo”.

Este tema foi escolhido para a referida pesquisa porque é um assunto que chama atenção de toda sociedade brasileira e tem um conteúdo relevante e que afeta diretamente as mulheres. A violência doméstica tem aumentado a cada dia no Brasil. Dados de uma pesquisa realizada pelo Instituto Datafolha, encomendada pelo Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP) e divulgada em junho deste ano diz que uma em cada quatro mulheres acima de 16 anos afirma já ter sofrido algum tipo de violência. Isso só durante a pandemia.

Bruno Fernandes, que era goleiro do Flamengo na época do ocorrido, teve participação no crime de sequestrar, matar, esquartejar e sumir com o corpo de Eliza Samudio, mãe do seu filho, Bruno Samudio. A jovem, de 25 anos, sumiu em 4 de junho de 2010, enquanto brigava na justiça para que o atleta reconhecesse a paternidade do filho.

Pouco depois, a polícia recebeu denúncias anônimas que levaram ao paradeiro do bebê, que estava com ela no momento em que foi sequestrada. As primeiras pistas diziam que Eliza teria sido levada para uma propriedade de Bruno, em Minas gerais, e morta com requintes de crueldade. Após ter sido esquartejada por traficantes a mando do goleiro, Eliza foi dada a cachorros da raça *rottweiler*, que teriam dilacerado seu corpo. Os ossos da modelo foram concretados. Segundo o inquérito policial, Eliza foi levada à força do Rio de Janeiro para Minas Gerais, mantida em cativeiro, executada e esquartejada a mando do Bruno. Por esse crime, ele foi condenado a 22 anos e três meses de prisão.

9. POSSÍVEL CONTRATAÇÃO DE BRUNO FERNANDES PELO FLUMINESE DE FEIRA

Cogitou-se a possibilidade do time Fluminense, da cidade de Feira de Santana, contratar Bruno, que já está solto e pretendia voltar a jogar futebol. Indignada, a jornalista Jéssica Senra fez um discurso forte que viralizou nas redes sociais. Nele, ela expressa sua opinião contra o retorno do jogador ao futebol e, sobretudo, voltar na condição de “ídolo”. Jéssica acredita que o que a sociedade deseja e precisa é realmente que pessoas que cometem ou cometeram crimes tenham a possibilidade de refazer suas vidas, mas questiona se diante de um crime tão bárbaro e cruel, pode-se tolerar que o “femicida” Bruno volte à posição de ídolo. Ela quer saber que mensagem está se mandando para a sociedade com essa aceitação.

A jornalista mostrou em sua explanação o seu posicionamento, questionamento, reflexão e opinião sobre o assunto de tal forma que alcançou toda sociedade. Principalmente as mulheres que, cansadas, não aceitam mais esse tipo atitude. Jéssica ganhou o apoio não apenas das mulheres nas redes sociais, que se sentiram representadas com o discurso da apresentadora do BMD, mas de todos. Para ela, o jogador tem o direito de refazer a sua vida, mas não com o *status* que ele queria, de voltar a ser admirado como jogador de futebol.

Na opinião de Jéssica, atletas são referências. Contratar para um time de futebol um assassino que mandou matar a mãe do seu filho, esquartejar, dar o corpo para os cachorros comerem, é um desrespeito principalmente com todas as mulheres. Para a apresentadora, é um desrespeito a todas as crianças e adultos que cresceram sem mãe por causa de homens “desprezíveis” que tiraram a vida de mulheres. É também um desrespeito a toda a sociedade e colabora com a ideia de que matar mulheres é permitido, desde que você cumpra sua pena ou parte dela, como é o caso de Bruno.

Depois da repercussão, a jornalista reforçou o seu posicionamento em uma publicação no Instagram. "Penso que o feminicida deve voltar ao trabalho, mas não no futebol, não como ídolo. Defendo sua ressocialização, mas longe de qualquer torcida. E isso não é a lei que vai decidir. É a sociedade", escreveu na rede social referida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os apresentadores são os condutores que delegam voz aos repórteres. Eles têm como função evidenciar os fatos. Com as mudanças, o apresentador passou também a emitir sua opinião também com o objetivo de fazer com que quem está assistindo sinta que o âncora é tão humano como ele. E assim acontece, o telespectador se sente mais próximo do apresentador.

O apresentador também deixa suas marcas no telejornal em que apresenta. Como prova disso está o discurso da apresentadora Jéssica Senra que, ao saber da contratação de um feminicida por um time baiano, emitiu sua opinião contrária a essa contratação e fez questionamentos pertinentes. Esses questionamentos ganharam as redes sociais e tomou conta do Brasil. A repercussão foi tão grande que o time de Feira de Santana, o Fluminense de Feira, desistiu da contratação do goleiro Bruno Fernandes, condenado por sequestrar e matar brutalmente a mãe do seu filho, Eliza Samudio.

Em sua opinião, Jéssica demonstrou a sua indignação com a possível contratação do goleiro e deixou claro que não era contra a ressocialização de ex-presidiários, mas que não poderia aceitar o fato de que um feminicida pudesse voltar à sociedade com o *status* de ídolo e ser exemplo para crianças.

Assim, comprova-se que a convergência midiática, que é tendência de adaptação das mídias à internet, mudou o telejornalismo no mundo e definiu as novas relações no telejornalismo brasileiro, aumentou a interatividade dentro do telejornal, o que deu mais rapidez a resposta do público ao que é passado como notícias. Prova disso é a repercussão da fala de Jéssica Senra no Bahia Meio Dia que, após publicada em suas redes sociais, viralizou no Brasil e ganhou apoio por todos os cantos do país. Como resultado, a desistência do Fluminense de Feira na contratação do feminicida.

Jenkins ressalta que, no mundo das convergências das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia. E as redes sociais, onde o discurso de Jéssica viralizou, mostra isso. Foi em seu Instagram que a apresentadora postou a sua fala no Bahia Meio Dia e acabou ganhando o Brasil, causando revolta em brasileiros e brasileiros que viram a possibilidade de um assassino frio e calculista voltar ao *status* de ídolo.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Fernanda. *Imbalance of RANK, RANKL and OPG expression during tibial fracture repair in diabetic rats. Journal of Molecular Histology*. 2008. Disponível em <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/18592139/>. Acesso em 30 de set. de 2021.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de telejornalismo: os segredos da notícia na TV*. 2. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

BELÉM, Vitor Curvelo Fontes. *Telejornalismo em transição: reconfigurações da informação e apelo popular na notícia*. 2017. 200 f. **Teses** (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, **São Paulo, 2017**.

BELÉM, Vitor; CIRNE, Livia. Eu, Apresentador: Personificação e Condução Proeminente na Apresentação do Telejornal. **Intercom**. 2019. Disponível em <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1465-1.pdf>. Acesso em 30 de set. de 2021.

BRASIL. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. – Brasília: Secom, 2014. Disponível em <http://antigo.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/relatorio-final-pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015/view>.

CAJAZEIRA, Paulo; GOMES, José; BRINGEL, Pedro; ALVES, André; PEREIRA, Rafael. Os doze passos em telejornalismo. 2015. Disponível em http://sites.ufca.edu.br/jornalismo/wpcontent/uploads/sites/24/2016/01/Manual_Telejornalismo.pdf. Acesso em 30 de set. de 2021.

FECHINE, Yvana. Estratégias de personalização dos apresentadores de TV: um estudo em um telejornal brasileiro. **Revista DeSigns**, Barcelona, n.2, 2002.

G1. Bahia Meio Dia, da TV Bahia, apresenta novidades ao público a partir de segunda-feira; confira. Disponível em <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2021/02/20/bahia-meio-dia-da-tv-bahia-apresenta-novidades-ao-publico-a-partir-de-segunda-feira-confira.ghtml>. Acesso em 16 de nov. de 2021.

IBAHIA. 'BMD' estreia nova fase; Vanderson Nascimento integra apresentação com Jessica Senra. Disponível em <https://www.ibahia.com/entretenimento/detalhe/noticia/bmd-estreia-nova-fase-vanderson-nascimento-integra-apresentacao-com-jessica-senra/>. Acesso em 16 de nov. de 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MACÊDO, Jamile. Mudanças no telejornalismo na era digital: estudo de caso da reformulação do Jornal Nacional. 2016. Disponível em <https://repositorio.uniceub.br/jspui/bitstream/235/11913/1/51400214.pdf>. Acesso em 30 de set. de 2021.

MACHADO, Francisco; FERREIRA, Mayra Fernanda Jornalismo Audiovisual: Da tela da TV para outras telas. *Brazilian Journalism Research*, vol 8, número 2, p. 135-153, 2012.

MELLO, Jaciara. Telejornalismo no Brasil. 2008. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>. Acesso em 29 de set. de 2021.

NAVARRO, Vinicius. Entrevista com Henry Jenkins. 2010. Disponível em <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17190>. Acesso em 01 de dez. de 2021.

O GLOBO. 'É moral contratar Bruno?' Apresentadora de TV critica contratação de goleiro condenado por feminicídio. Disponível em <https://oglobo.globo.com/celina/emoral-contratar-bruno-apresentadora-de-tv-critica-contratacao-de-goleiro-condenadoporfeminicidio-24175656>. Acesso em 05 de out. de 2021.

PINTO, Milton José. Comunicação e Discurso: introdução à análise de discursos. 2 ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus Editorial, 2004.

VICCHIATTI, Carlos Alberto. Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso social. São Paulo: Paulus, 2005.

VIEIRA, Eloy. Para além da convergência midiática. 2011. Disponível em <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/download/314/857>. Acesso em 01 de dez. de 2021.