

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNAL DA RECORD NEWS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

**ELFRIDES LUIZ DE OLIVEIRA JÚNIOR**

**SÃO PAULO**

**2022**

**UNIVERSIDADE PAULISTA**

**NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNAL DA RECORD NEWS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Adami

**ELFRIDES LUIZ DE OLIVEIRA JÚNIOR**

**SÃO PAULO**

**2022**

Oliveira Júnior, Elfrides Luiz de.

Narrativa transmídia no Jornal da Record News / Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. - 2022.

104 f. : il. color. + CD-ROM.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista, São Paulo, 2022.

Área de concentração: Comunicação e Cultura Midiática.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Adami.

1. Transmídia. 2. Multiplataforma. 3. Jornalismo transmídia.  
4. Televisão. I. Adami, Antonio (orientador). II. Título.

**ELFRIDES LUIZ DE OLIVEIRA JÚNIOR**

**NARRATIVA TRANSMÍDIA NO JORNAL DA RECORD NEWS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP, para a obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Aprovado em: 27/06/2022.

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Prof. Dr. Antonio Adami**  
Universidade Paulista - UNIP

---

**Prof. Dr. Jorge Miklos**  
Universidade Paulista - UNIP

---

**Profa. Dra. Lenize Villaça**  
Faculdade de Tecnologia de São Paulo - FATEC

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## AGRADECIMENTOS

Escrever esta dissertação foi uma jornada épica: quero registrar que este Mestrado foi concretizado com aulas e seminários online e pouco contato (presencial) com os professores e colegas. Minha primeira aula foi em uma sexta-feira, dia 14 de fevereiro de 2020, e pouco mais de um mês depois, em 20 de março, o Brasil decretou estado de calamidade pública em razão da pandemia do novo coronavírus - Covid-19.

Sendo assim, agradeço em primeiro lugar à Deus pela oportunidade da vida, da saúde (física e mental) e por ser a base das minhas conquistas.

Agradeço à minha mãe Maria Elisa e ao meu pai Elfrides por acreditarem e terem interesse em minhas escolhas; à minha irmã Marilizi, à minha sobrinha Cárita, à minha avó Elça (*in memoriam*) e aos amigos que me apoiaram, principalmente, Flávya Pereira e Maria Braga; e especialmente, Dra. Gladis Linhares.

Agradeço ainda aos professores – desde o ensino básico até a pós-graduação, aos mestres e doutores que tive ao longo da minha carreira como jornalista, e ao prof. Dr. Antonio Adami por colaborar no desenvolvimento de minhas ideias e pelas orientações prestadas na elaboração desta pesquisa.

Também agradeço aos entrevistados – fontes de grande valia, além dos professores da banca, pela atenção dispensada na leitura desta pesquisa.

Por fim, agradeço a quem me apoia e está sempre ao meu lado: Dr. Evandro Vieira, que aguentou e acompanhou dia a dia esta pesquisa. Somos mais fortes juntos!

*“Histórias transmídias não são necessariamente histórias ruins; são diferentes tipos de histórias”.*

(Henry Jenkins)

## RESUMO

A televisão passa por profundas mudanças na relação com as novas tecnologias. Este trabalho pretende discutir como o telejornalismo brasileiro vem adotando a transmídiação, um modelo de produção baseado na integração de meios de comunicação, a partir do estudo de caso do Jornal da Record News, exibido desde maio de 2011 em TV aberta no Brasil. Explorando a articulação entre televisão e internet, principalmente redes sociais, o jornal se apresenta aos telespectadores com uma narrativa transmídia. Nesse sentido, esta pesquisa tem como objetivo contribuir com os estudos sobre o telejornal citado, especificamente sobre as estratégias multiplataforma em seus primeiros dez anos. A metodologia que melhor se adequa ao tema pressupõe observação sistematizada, apoiada em estudos do telejornalismo e da linguagem e são inventariadas nas estratégias de articulação entre TV e internet adotadas pelo Jornal da Record News, de modo a propor uma categorização dos conteúdos multiplataforma produzidos pela equipe jornalística. A coleta de dados é realizada pessoalmente, por meio do exame dos documentos de análise. Também utilizamos para a pesquisa a metodologia da história oral, para entrevistas com os funcionários e diretores da emissora. A partir deste recorte, os resultados observados são de que, até a pandemia de Covid-19, a característica diferenciada do telejornal de entregar conteúdos transmidiáticos foi mantida para o público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Transmídiação. Multiplataforma. Jornalismo transmídia. Televisão.



## ABSTRACT

Television is undergoing profound changes in its relationship with new technologies. This work aims to discuss how Brazilian television journalism has been adopting transmedia, a production model based on the integration of media, based on the case study of Jornal da Record News, shown since May 2011 on open TV in Brazil. Exploring the articulation between television and the internet, mainly social networks, the newspaper presents itself to viewers with a transmedia narrative. In this sense, this research aims to contribute to the studies on the aforementioned TV news, specifically on the multiplatform strategies in its first ten years. The methodology that best suits the theme presupposes systematic observation, supported by studies of telejournalism and language and are inventoried in the strategies of articulation between TV and internet adopted by Jornal da Record News, in order to propose a categorization of the multiplatform content produced by the team. Journalistic. Data collection is carried out in person, through the examination of analysis documents. We also used for the research the methodology of oral history, for interviews with the employees and directors of the station. From this clipping, the results observed are that until the Covid-19 pandemic, the differentiated characteristic of the newscast of delivering transmedia content was maintained for the public.

**KEYWORDS:** Transmediation. Multiplatform. Transmedia journalism. Television.

## RESUMEN

La televisión está experimentando profundos cambios en su relación con las nuevas tecnologías. Este trabajo pretende discutir cómo el periodismo televisivo brasileño viene adoptando el transmedia, un modelo de producción basado en la integración de los medios, a partir del estudio de caso del Jornal da Record News, presentado desde mayo de 2011 en la TV abierta de Brasil. Explorando la articulación entre la televisión e internet, principalmente las redes sociales, el periódico se presenta a los espectadores con una narrativa transmedia. En este sentido, esta investigación pretende contribuir a los estudios sobre los citados informativos televisivos, en concreto sobre las estrategias multiplataforma en sus primeros diez años. La metodología que mejor se adapta al tema presupone la observación sistemática, apoyada en estudios de teleperiodismo y lenguaje y son inventariadas en las estrategias de articulación entre TV e internet adoptadas por el Jornal da Record News, con el fin de proponer una categorización de los contenidos multiplataforma producidos por el equipo periodístico. La recolección de datos se realiza de manera presencial, a través del examen de documentos de análisis. También utilizamos para la investigación la metodología de la historia oral, para entrevistas a los empleados y directivos de la emisora. A partir de este recorte, los resultados observados son que hasta la pandemia de la Covid-19 se mantuvo para el público la característica diferenciada del noticiero de entregar contenido transmedia.

**PALABRAS CLAVE:** Transmediación. Multiplataforma. Periodismo transmedia. Televisor.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Porcentagem de domicílios com televisão no Brasil .....	18
Figura 2 - Meio de comunicação de maior utilização para se informar no Brasil .....	19
Figura 3 - Uso simultâneo da televisão e de outras telas no Brasil .....	20
Figura 4 - Cerimônia de lançamento da Record News .....	27
Figura 5 - Primeiro logotipo da Record News X logotipo da Record em 2007 .....	28
Figura 6 - Apresentadores Thalita Oliveira e Heródoto Barbeiro .....	30
Figura 7 - Primeira imagem que foi ao ar da bancada do Jornal da Record News ...	31
Figura 8 - Parte da equipe do telejornal no dia da estreia .....	33
Figura 9 - Card sobre reforma trabalhista estimula a interação .....	41
Figura 10 - Apresentador revela preparação antes de ir para o ar .....	43
Figura 11 - Uso de pseudônimo para abordar temas polêmicos .....	45
Figura 12 - Exemplo de utilização de charge no JRNews .....	51
Figura 13 - Exemplo de desafio do dia .....	55
Figura 14 - Participação de estudantes no estúdio da Record News .....	57
Figura 15 - Debate sobre decisão do TRF-4 em março de 2018 .....	58
Figura 16 - Vinhetas de abertura do Jornal da Record News .....	59
Figura 17 - Reunião de pauta ao vivo com destaques do dia .....	61
Figura 18 - Live JRNews com participação da equipe de jornalistas .....	62
Figura 19 - Live pós-jornal com participação de equipe do JRNews .....	63
Figura 20 - Heródoto Barbeiro nos Jogos Pan-Americanos no México .....	64
Figura 21 - Reportagem sobre a história da Catedral de Westminster .....	64
Figura 22 - Entrevista com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso em comemoração à milésima edição do JRNews .....	65
Figura 23 - Comemorações de aniversário do JRNews .....	66
Figura 24 - Imagem da vinheta do quadro TV Pindorama .....	67
Figura 25 - Imagem da vinheta de reexibição do Talentos aos fins de semana .....	68
Figura 26 - Apresentações musicais no JRNews Talentos .....	69
Figura 27 - Prêmio Faísca de Ouro, em 2017 e 2019 .....	70
Figura 28 - Conteúdos de Faísca publicados após veiculação na TV .....	71
Figura 29 - Exemplos de charges do Faísca, exibidas em 2019 .....	72
Figura 30 - Apresentador atende telespectadora e exhibe foto com gato Faísca .....	74
Figura 31 - Exemplos de charges da Marmota, exibidas em 2019 .....	75

Figura 32 - Gustavo Toledo substitui Heródoto na apresentação do JRNews .....	76
Figura 33 - Card anuncia mudanças no Jornal da Record News .....	77
Figura 34 - Novos apresentadores do Jornal da Record News .....	78

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	14
<b>2 TELEJORNAL MULTIPLATAFORMA</b> .....	17
2.1 Televisão e informação: o poder do meio .....	17
2.2 Telejornalismo no Brasil: um breve histórico .....	21
2.3 Nasce a Record News .....	25
2.4 Um novo telejornal na emissora .....	28
2.5 A estreia do Jornal da Record News .....	31
<b>3 JORNALISMO MULTIPLATAFORMA</b> .....	36
3.1 Narrativa transmídia .....	36
3.2 Características do texto transmídia .....	41
3.3 Conteúdos transmidiáticos.....	44
3.4 TV transmídia e Jornalismo transmídia.....	46
<b>4 MULTIPLATAFORMA NO JORNAL DA RECORD NEWS</b> .....	48
4.1 Categoria, gêneros e formatos .....	48
4.1.1. Vinhetas .....	59
4.2 Reunião de pauta .....	60
4.3 <i>Lives</i> .....	62
4.4 Edições especiais .....	63
4.5 TV Pindorama .....	66
4.6 Talentos .....	68
4.7 Prêmio Faísca de Ouro.....	69
4.8 Faísca .....	70
4.9 Marmota.....	74
4.10 Mudanças com a pandemia.....	76
<b>5 CONCLUSÃO</b> .....	79
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	81
<b>APÊNDICE A - ENTREVISTA HERÓDOTO BARBEIRO</b> .....	94
<b>APÊNDICE B - ENTREVISTA GUSTAVO TOLEDO</b> .....	97
<b>APÊNDICE C - ENTREVISTA CLOVIS RABELO</b> .....	100
<b>APÊNDICE D - ENTREVISTA AILTON MINEIRO NASSER</b> .....	101
<b>APÊNDICE E - ENTREVISTA JESSICA VELOSO</b> .....	102
<b>APÊNDICE F - ENTREVISTA ALINE SOARES</b> .....	104

## 1 INTRODUÇÃO

A TV passa por uma profunda mudança na relação com as novas tecnologias: variedade de canais e de programas, além de diversificadas possibilidades de acesso dos conteúdos televisivos por multiplataformas e telas. Está cada vez mais frequente se observar que o público acessa a internet para ver, repercutir e compartilhar matérias nas redes sociais.

Por perceberem essa crescente relação, as emissoras de televisão passaram a tratar a internet e suas redes sociais como aliadas na tentativa de atrair audiência para oferecer material extra relacionado aos temas abordados em telejornais e programas de televisão, engajando o público-alvo com o conteúdo televisivo e propiciando mais interação com os seus telespectadores/internautas. Tornou-se comum um telejornal de circulação nacional ser acessado por meio de um canal no YouTube, uma página no Facebook ou um perfil no Twitter.

Algumas emissoras dão um passo adiante na articulação digital entre TV e internet e buscam adotar estratégias transmídia, relacionadas a um modelo de produção baseado na integração de meios e em conteúdos complementares. Portanto, o objeto desta pesquisa é a narrativa transmídia a partir do estudo de caso do Jornal da Record News (JRNews), que incorpora em sua produção, estratégias de integração entre mídias, utilizando elementos que atribuem relações multiplataforma.

Busca-se não apenas a identificação de como ocorre esse processo, mas evidenciar como esses mecanismos ajudam a construir a imagem transmídia do telejornal perante o público, reforçando os contratos comunicativos entre o noticiário e a audiência, na TV e na internet. A presente pesquisa realiza, de forma exploratória e descritiva, a análise do conteúdo televisivo e da extrapolação desse conteúdo para site e redes sociais. A pesquisa também apresenta embasamento teórico para suporte das análises.

O Jornal da Record News estreou em 23 de maio de 2011 com a divulgação da ideia de ser o primeiro telejornal multiplataforma do País. Apresentado desde julho de 2021 pelos jornalistas Gustavo Toledo e Camila Busnello, o Jornal da Record News é exibido de segunda-feira a sexta-feira, às 21 horas, pela Record News, em TV aberta. Durante nove anos, no período de 2011 a março de 2020, foi apresentado pelo jornalista Heródoto Barbeiro, nome considerado referência no jornalismo brasileiro em virtude de sua atuação há 35 anos na área - o profissional já foi apresentador do

programa Roda Viva, da TV Cultura e do principal jornal da Rádio CBN, além de, também, ser professor, historiador, advogado e autor de diversos livros sobre o jornalismo.

A pesquisa analisa os primeiros dez anos do referido telejornal, o que compreende a estreia até o dia 30 de junho de 2021. Em julho do mesmo ano, o conteúdo editorial passou por alteração e um novo formato de telejornal substituiu o modelo anterior. Desde o lançamento, o principal telejornal da emissora era exibido, ao vivo, em uma página no portal R7 e, a partir de 2017, passou a ser exibido, também ao vivo, pelo Facebook<sup>1</sup> e pelo canal da Record News no Youtube<sup>2</sup>. Por nove anos, até o início da pandemia de Covid-19, decretada no Brasil em março de 2020, o apresentador convocou os telespectadores para acompanharem, nos intervalos, um conteúdo extra na internet (por meio das redes sociais) sobre um tema pré-estabelecido no início do jornal - fator preponderante para o produto ser validado como transmídia.

O termo transmídia popularizou-se na última década, descrito por Henry Jenkins, um dos pesquisadores da mídia mais influentes da atualidade, como narrativas que “funcionam como ativadores textuais - acionando a produção, avaliação e arquivamento de informações” (NAVARRO, 2010). A transmidiação é um dos fenômenos da cultura da convergência e a maioria deles se caracteriza pelo apelo à participação, que não é exclusividade de um projeto transmídia. “O que distingue a transmidiação ante a infinidade de fenômenos da cultura participativa é a interdependência entre os conteúdos” (RÊGO, 2017, p. 35), além do fato de ser fruto da estratégia articulada de produtores - ou, no caso do JRNews, de editores. Nesse contexto, consideramos importante comentar que durante dois anos (entre junho de 2017 e janeiro de 2020), autor desta pesquisa exerceu a função de editor do Jornal da Record News; e entre julho e dezembro de 2021, exerceu o cargo de editor-chefe do referido telejornal.

A pesquisa está dividida em três capítulos: no primeiro, Telejornal Multiplataforma, trata-se como a televisão no Brasil segue sendo, mesmo com o advento da internet, uma mídia que influencia atitudes, determina valores e até muda comportamentos por meio de seu conteúdo e programação. Também passa pela relevância da TV como meio de comunicação, pelo início do telejornalismo brasileiro

---

<sup>1</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/recordnews/>. Acesso em: 21 jan. 2021.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/recordnews>. Acesso em: 21 jan. 2021.

e pelo começo das emissoras com serviços segmentados para assinantes no país. Ainda neste capítulo aborda-se a tendência de crescimento de canais televisivos específicos para jornalismo, com o surgimento, em 2007, da Record News, primeiro e único canal cujo conteúdo é exclusivamente noticioso no Brasil e com exibição pela TV aberta. Aborda-se, também, as iniciativas que levaram à construção de um novo e principal telejornal, a partir da decisão de reformular a grade de programação da emissora, após três anos de sua inauguração.

No segundo capítulo, Jornalismo Multiplataforma, explora-se as características da narrativa transmídia utilizada pela Record News para divulgar o telejornal analisado nesta pesquisa. Além disso, verifica-se como os autores interpretam a paratextualidade e a hipertextualidade e como esses conceitos auxiliam as estratégias pensadas pela produção do noticiário para veicular conteúdo para TV e internet. Também analisa, de maneira simplificada, o que significam os conceitos de TV transmídia e Jornalismo transmídia.

Como o principal telejornal da Record News trabalha as iniciativas da narrativa transmídia é o que verifica o terceiro e último capítulo: Multiplataforma no Jornal da Record News, em que considera a categoria, os gêneros e os formatos do JRNews, a interação realizada com o público - na TV e nas redes sociais. Demonstra-se exemplos de conteúdos hipertextuais e paratextuais utilizados na estrutura do noticiário e, de forma resumida, explica-se como a pandemia de Covid-19 modificou o conceito transmídia no telejornal.



## 2 TELEJORNAL MULTIPLATAFORMA

A televisão no Brasil segue sendo, para além das demais mídias, um meio de comunicação que influencia atitudes, determina valores e tendências, muda comportamentos e revela avanços por meio de seu conteúdo e de sua programação - mesmo com o surgimento da internet. Antes de iniciar o primeiro capítulo, consideramos importante ressaltar que esta pesquisa pretende mostrar, de forma resumida, a relevância da TV como meio de comunicação, o começo do telejornalismo no Brasil, o início das emissoras com serviços segmentados para assinantes, para, depois, relacionar o estudo de caso: o Jornal da Record News.

Partimos da premissa que os meios de comunicação estendem suas redes de influência por todas as esferas de convivência e a TV exerce papel ativo para além do fascínio da imagem na forma em que as pessoas buscam e consomem informação. Nesse contexto, Briggs e Burke (2006) afirmam:

A importância da informação naquilo que se tornou, no século XX, quase uma tríade sagrada - informação, educação e entretenimento - foi completamente reconhecida, muito antes da popularização dos termos “sociedade da informação” e “tecnologia da informação”, durante as décadas de 1970 e 1980 (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 188).

Briggs e Burke (2006, p. 118) pontuam que o século XX descreveria a televisão “como uma versão moderna de religião”. Assim, a mídia assumiu um papel de destaque na preferência das pessoas. Bourdieu (1997, p. 51), nessa mesma linha, escreve sobre a “extensão extraordinária da influência da televisão sobre o conjunto das atividades de produção cultural”. Estes autores permanecem atuais no século XXI corroborados pelas características que moldam a transmídia.

### 2.1 Televisão e informação: o poder do meio

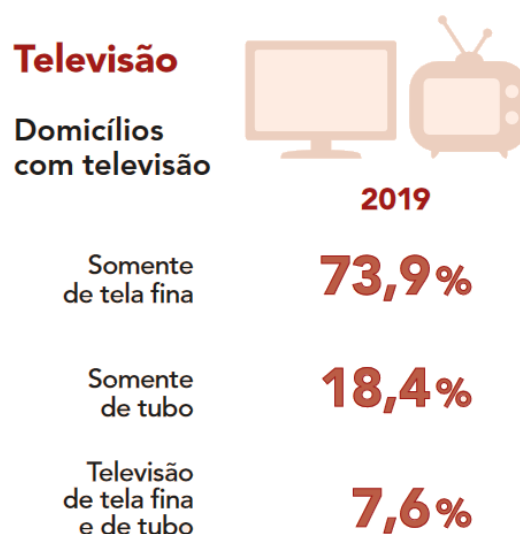
Desde o fim da década de 1940 já se dizia que a televisão era “o mais recente e valorizado bem de luxo do cidadão comum” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 234). Tanto que para o sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997), “a televisão é uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população” (BOURDIEU, 1997, p. 23). Neste sentido, Squirra (2004) afirma que “a televisão é o veículo mais popular e o que está na preferência das pessoas como

forma de informação, entretenimento, cultura e lazer” (SQUIRRA, 2004, p. 12). O pensamento é compartilhado por Paternostro (2006) que acrescenta: “a televisão é um meio de comunicação que transforma a vida das pessoas. É veículo de informação e entretenimento” (PATERNOSTRO, 2006, p. 20). Barbeiro e Lima (2005), por sua vez, defendem que essa mídia não é um meio de reprodução da realidade:

A televisão é um fenômeno de massa de grande impacto na vida social. É um dispositivo audiovisual através do qual a sociedade pode divulgar os seus feitos, anseios, sonhos e crenças para toda a humanidade (BARBEIRO; LIMA, 2005, p. 15).

A programação da TV é voltada para as classes que consomem grande parte dos conteúdos veiculados diariamente, justamente por ter uma linguagem popular e acessível. Como analisa Squirra (2004), “é impossível imaginar a realidade contemporânea sem a presença da televisão” (SQUIRRA, 2004, p. 13). Nesta perspectiva, é verificada a presença e o alcance massivos dessa mídia no cotidiano de milhares de pessoas no mundo e no Brasil. A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2019) analisa o acesso à televisão nos domicílios particulares permanentes - a última pesquisa foi realizada no quarto trimestre de 2019. No Brasil, os aparelhos de televisão estão presentes em 72,9 milhões de domicílios (Figura 1).

Figura 1 - Porcentagem de domicílios com televisão no Brasil



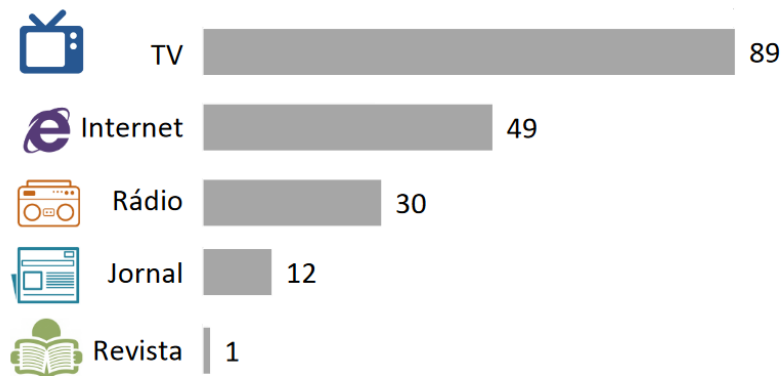
Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2019).

Conforme a Pesquisa Brasileira de Mídia (PBM) 2016, encomendada pela Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República ao Ibope, a televisão é meio de comunicação mais utilizado pelos brasileiros para se informar, e que investiga os hábitos de consumo de mídia no país (IBOPE INTELIGÊNCIA, 2016). O último levantamento foi realizado em 2016, com 15 mil pessoas a partir de 16 anos de idade, em 740 municípios.

Os dados revelam que pessoas da região Nordeste, com baixa ou nenhuma escolaridade, são as que mais acessam a TV para se informar: 73% costumam assistir televisão durante a semana, de segunda-feira à sexta-feira, com média de três horas e 21 minutos. Vale destacar que 35% desse grupo respondeu ao Ibope que come algum alimento ao assistir TV, o que valida a percepção de que parte da população ocupa um período do dia com a participação ativa desse meio de comunicação, como analisado por Finger (2010), ao citar que “a televisão comercial baseia-se na homogeneidade do grande público, visando obter o máximo de audiência ao longo do dia e em cada momento atingindo públicos específicos como crianças, adolescentes, donas de casa entre outros” (FINGER, 2010, p. 966).

Ainda de acordo com a pesquisa do governo federal, a televisão é a primeira opção das pessoas na busca por notícias (89%), bem acima da internet (49%), do rádio (30%), dos jornais (12%) e das revistas (1%). Ou seja, praticamente nove de cada dez entrevistados fizeram menção em primeiro ou segundo lugar à TV como o veículo preferido para se informar sobre o que acontece no Brasil, como é possível perceber na representação abaixo (Figura 2), retirada da PBM.

Figura 2 - Meio de comunicação de maior utilização para se informar sobre o Brasil (%)



Fonte: Ibope Inteligência (2016).

Outro estudo, também de 2016, investigou as telas pelas quais a mídia televisiva é consumida. A pesquisa *Television Beyond TV: expandindo o significado da televisão* (DISCOVERY NETWORKS, SPARKLER, 2016) foi encomendada pela Discovery Networks e realizada pelo instituto inglês Sparkler em nove mercados: Brasil, México, Estados Unidos, Reino Unido, Itália, Dinamarca, Suécia, Noruega e Austrália. Foram ouvidas 4,5 mil pessoas com idades entre 16 e 54 anos. O Brasil representou 11% do total analisado pela pesquisa. Dos 500 brasileiros entrevistados, 63% responderam que assistem TV todos os dias, enquanto 21% disseram assistir pelo computador, 10% em celulares e 6% em tablets. Aqui, vale destacar que o consumo de televisão está, também, atrelado ao uso simultâneo de mais de uma tela, conforme demonstra a ilustração abaixo (Figura 3).

Figura 3 - Uso simultâneo da televisão e de outras telas no Brasil (%)



Fonte: Discovery Networks; Sparkler (2016).

Mesmo com essa ampliação, segundo a pesquisa, o aparelho de TV é o principal item da sala familiar - o índice de resposta no Brasil foi de 65%, o que pode significar que a expansão da tecnologia digital beneficia a televisão. O estudo mostra, ainda, que os aumentos da qualidade, da acessibilidade e da variedade de opções asseguram a relevância da TV como meio de comunicação na era digital. Tanto que, no Brasil, seis a cada dez pessoas vão assistir mais ou o mesmo tanto da mídia no futuro.

Relacionamos essa maior utilização da TV ao pensamento de Mario Vargas Llosa (2013), que questiona a civilização do espetáculo como sendo “a civilização de um mundo onde o primeiro lugar na tabela de valores vigente é ocupado pelo entretenimento, onde divertir-se, escapar do tédio, é a paixão universal” (LLOSA,

2013, p. 29). Para o escritor “hoje vivemos a primazia das imagens sobre as ideias. Por isso os meios audiovisuais, cinema, televisão e, agora, a internet, foram deixando os livros para trás” (LLOSA, 2013, p. 25). Ao seguir essa linha de raciocínio, os historiadores ingleses Asa Briggs e Peter Burke (2006) apresentam reflexão interessante sobre a espetacularização<sup>3</sup> da mídia:

A obra *A sociedade do espetáculo*<sup>4</sup> (1970), de [Guy] Debord, [...] argumentava que em sociedades nas quais “prevalecem as modernas condições de produção toda a vida se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo que era vivido diretamente mudou-se para uma representação”. Portanto, o espetáculo tornou-se o mundo (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 249).

No mesmo contexto, Briggs e Burke (2006) destacam ainda que “deve-se contrastar essa observação com o modesto comentário do escritor norte-americano de televisão Richard Adler: “A tela pequena limita gravemente a eficácia do espetáculo” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 249). Wainberg (2010) acrescenta que “o jornalismo tem sido acusado de espetacularizar os fatos do cotidiano”, atraindo a atenção do público, com produtos de consumo que se converteram em fetiches. O autor acrescenta que o “valor de uso não é o único considerado no seu consumo” (WAINBERG, 2010, p. 474).

## 2.2 Telejornalismo no Brasil: um breve histórico

A televisão brasileira, como já descrita em diversas pesquisas acadêmicas, teve sua estreia em 18 de setembro de 1950<sup>5</sup>, mudando a história da comunicação no país.

Os primeiros anos foram marcados pela fase de aprendizagem, tanto para os responsáveis pela parte técnica, que adquiriam maior formação profissional na prática, como para os da parte artística, que se expressavam dentro dos

---

<sup>3</sup> O termo adquiriu um sentido sociológico na atualidade: tudo é feito dramaturgicamente, pois visa encantar sempre algum público com algum tipo de desempenho cênico ou artístico. Por isso mesmo é costume se referir à sociedade contemporânea como de “espetáculo” (WAINBERG, 2010, p. 474).

<sup>4</sup> O livro *A Sociedade do Espetáculo* é uma obra filosófica e política que faz uma crítica feroz à sociedade contemporânea, ou seja, à sociedade de consumo, à cultura da imagem e à invasão da economia em todos os setores da vida. É a principal obra do escritor, filósofo e cineasta francês Guy Debord (1931-1994) e é resultado de uma série de debates e de leituras acerca dos conceitos desenvolvidos por Karl Marx. Segundo o autor, o espetáculo é uma imagem invertida da sociedade desejável, na qual as relações mercantis suplantam os laços que unem as pessoas.

<sup>5</sup> Data de inauguração da PRF-3/TV Tupi, Canal 3, que transmitia para pouco mais de cem televisores na cidade de São Paulo.

conhecimentos adquiridos no rádio, no cinema e no teatro (AMORIM, 2008, p. 7).

A história do telejornalismo brasileiro se confunde com a da TV, pois foi no dia seguinte ao da inauguração, 19 de setembro, que a TV Tupi transmitiu o primeiro telejornal do Brasil: o “Imagens do Dia”, que mostrava imagens brutas, sem edição, com acontecimentos diários (MUSEU da TV, 2004). As narrações eram feitas por Ruy Rezende e comentadas por Maurício Loureiro Gama: o narrador lia um texto sobre as imagens exibidas na TV e o apresentador comentava a notícia, conforme elucida Vera Paternostro:

Tinha narração em *off* e um texto em estilo radiofônico, pois o rádio era o modelo que se tinha na época. Entrava no ar entre 21h30 e 22h, sem qualquer preocupação com a pontualidade. O formato era simples: Rui Resende era o locutor, produtor e redator das notícias, e lia algumas notas com imagens em filme preto e branco e sem som (PATERNOSTRO, 2006, p. 37).

Amorim (2008) descreve que o telejornalismo “era mais lido que ilustrado, e as notícias eram, em grande parte, obtidas dos jornais impressos, já que os noticiários televisivos só eram exibidos à noite” (AMORIM, 2008, p. 8). Mas foi só em 17 de junho de 1953 que o telejornalismo nacional teve o seu primeiro jornal de sucesso: O Repórter Esso, que ficou no ar por quase 20 anos, também na TV Tupi, e serviu de referência para outros telejornais que surgiram no país. Segundo Paternostro (2006), “nos primeiros tempos da TV brasileira, como os anunciantes compravam os espaços, os programas recebiam o nome do seu patrocinador. A abertura do noticiário ficou famosa: “Aqui fala o seu Repórter Esso, testemunha ocular da história” (PATERNOSTRO, 2006, p. 37).

O formato pioneiro do apresentador lendo textos para a câmera, sem imagens ou ilustrações, de acordo com Aronchi de Souza (2015), “mantém, até hoje, sua fórmula básica: um ou mais apresentadores leem os textos e apresentam as reportagens externas realizadas pelos jornalistas” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 241). A partir daí, conforme observou Becker (2008), os noticiários televisivos passaram a ocupar lugar de destaque nas emissoras (BECKER, 2008, p. 362) e com certos atributos:

Uma das principais características da linguagem dos noticiários é garantir a verdade ao conteúdo do discurso e, também a própria credibilidade do enunciador. Os textos provocam efeitos de realidade e se confundem com o

real porque os personagens são reais e os fatos sociais são a matéria-prima da produção. São construídos na tênue fronteira entre a narrativa e o acontecimento e mediante seus dispositivos audiovisuais constituem-se no “espetáculo da atualidade” (BECKER, 2005, p. 22).

Becker (2005) avalia, portanto, que a existência das notícias altera a vida produtiva e o cotidiano de pessoas de diferentes grupos sociais, o que “estimula o consumo e gera condições técnicas para a oferta de maior quantidade de canais de informação” (BECKER, 2005, p. 52). Tanto que “os telejornais são os produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e as principais fontes de informação para a maioria da população brasileira” (BECKER, 2005, p. 9).

Coutinho (2010) analisa que o telejornalismo no Brasil atinge “um público semialfabetizado e que tem acesso às notícias quase como um rito de passagem televisivo”, o que para Rezende<sup>6</sup> (2000 apud COUTINHO, 2010, p. 1157) “oferece ao jornalismo de televisão a possibilidade de democratizar as informações em uma cultura em que a oralidade mantém seu predomínio sobre a escrita”. Quando o cidadão assiste ao telejornal, ele entra em contato com os fatos mais importantes a partir dos critérios usados pelos jornalistas (REZENDE apud COUTINHO, 2010, p. 1157). Assim, a estrutura dos noticiários televisivos é caracterizada por Coutinho (2006 apud COUTINHO, 2010), “como uma grande narrativa do que foi relevante no mundo, e de seu caráter de serviço público” (COUTINHO, 2010, p. 1157-1158).

Também há um grande interesse por novos negócios - em função, é claro, do forte alcance da televisão e do potencial de lucratividade. Com isso, em meados da década de 1970, nos Estados Unidos, de acordo com Paternostro (2006), os sistemas de transmissão se expandiram com as captações de sinais via satélite. Era o princípio de uma programação especializada com “os primeiros canais temáticos, como previsão do tempo, movimento das bolsas, eventos culturais” (PATERNOSTRO, 2006, p. 37). E na década seguinte, no início dos anos 1980, surge a TV por assinatura, definida por Brittos e Santos (2010) como um:

Sistema de transmissão de televisão restrito a assinantes, que pagam pelo serviço e têm acesso a dezenas ou centenas de canais de vídeo e áudio, disponibilizados por pacotes, podendo ainda adquirir atrações avulsas. Para que o serviço esteja disponível, somente aos pagantes, a transmissão é codificada, sendo captada nos aparelhos com receptor e decodificador dos sinais, daí o sistema também ser conhecido como TV fechada ou paga. Os

---

<sup>6</sup> REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

pacotes reúnem grupos de canais e variam conforme a quantidade e a qualidade da oferta, com preços diversos (BRITTOS; SANTOS, 2010, p. 1169).

Os canais por assinatura chegaram ao Brasil com atraso: mais de dez anos depois da Argentina, e bem depois do Chile, Colômbia e Bolívia. “Em dezembro de 1993 o país tinha apenas 160 mil domicílios com serviços deste tipo” (JAMBEIRO, 2008, p. 95). Na mesma época, conforme salienta Paternostro (2006), “existiam quase 300 redes por assinatura nos Estados Unidos e o público já podia até optar por canais segmentados” (PATERNOSTRO, 2006, p. 45). Paternostro explica o início do serviço no Brasil:

Como era reconhecidamente um bom negócio, principalmente nos Estados Unidos, os dois maiores grupos de comunicação do país, o Grupo Abril e as Organizações Globo se interessaram em desenvolver esse sistema aqui. No final da década de 1980, os primeiros projetos começaram a sair do papel (PATERNOSTRO, 2006, p. 45).

Por aqui as primeiras experiências ocorreram em 1988, com a Key TV, que transmitia corridas de cavalos via satélite para alguns assinantes. Entretanto, os serviços de TV por assinatura só tiveram permissão do governo federal para operar em fevereiro de 1989, quatro meses após a promulgação da nova Constituição (JAMBEIRO, 2008, p. 95 apud SÁ, 2016, p. 29). Um mês depois, em março de 1989, o Canal+ (Canal Plus), estreou a TV por assinatura no Brasil, com uma programação composta, entre outros canais, pela CNN - a primeira rede de jornalismo 24 horas do mundo.

Para Barbeiro e Lima (2013), a presença da TV paga no Brasil se depara com as dificuldades econômicas da maioria da população, mas “é tão importante que há quem a compare ao advento da TV em cores na década de 1970” (BARBEIRO; LIMA, 2013, p. 61). Jambeiro (2008) destaca que o setor passou por um desenvolvimento no país a partir da aprovação da chamada Lei do Cabo, de 6 de janeiro de 1995, por ser, “particularmente inovadora nas provisões relativas à implementação dos serviços” (JAMBEIRO, 2008, p. 95), e enumera:

Além de sua programação paga, o operador de TV a cabo deve fornecer gratuitamente ao assinante: (a) todos os serviços de TV, em UHF e VHF, que atinjam a área; (b) um canal sob responsabilidade da Câmara Municipal da cidade onde opera e da Assembleia Legislativa do estado onde se situa a cidade; (c) dois canais sob responsabilidade do Congresso Nacional, um para a Câmara Federal e o outro para o Senado; (d) um canal destinado ao uso



comum de universidades situadas na cidade; e) um canal para uso comum de entidades educativas e culturais ligadas aos governos federal, estadual ou municipal; (f) um canal para uso comum de organizações da sociedade civil não-governamentais e não-lucrativas (JAMBEIRO, 2008, p. 95).

Somente em 15 de outubro de 1996 entra no ar o primeiro canal brasileiro de TV fechada totalmente dedicado às notícias: a Globo News. O *Em Cima da Hora* foi a referência de telejornalismo da emissora - “uma espécie de jornal em cascata: ao longo do dia, ele se transforma, se encorpa com a inclusão de novas reportagens e a atualização dos assuntos do Brasil e do mundo” (PATERNOSTRO, 2006, p. 47-48). Agora, na era digital, é possível acompanhar os conteúdos dos telejornais na internet, o que reforça a presença do telejornalismo em várias telas. Vale ressaltar que demonstramos nesse capítulo, de forma resumida, a trajetória da TV fechada no país, antes de explorar o surgimento da Record News, em 2007, na chamada TV aberta.

### 2.3 Nasce a Record News

A partir da tendência de crescimento de canais televisivos específicos para jornalismo no Brasil, o Grupo Record também resolveu lançar um canal de notícias<sup>7</sup>, mas com exibição na TV aberta, diferentemente da Globo News, que só está disponível na TV por assinatura. Dourado (2010) explica que:

A televisão, no Brasil, é uma concessão pública, mas é explorada por agentes privados que assumem papel de produtor e distribuidor de produtos culturais por meio da comercialização de espaços de comerciais e das estratégias de marketing e merchandising comercial e social como forma de conquistar e fidelizar a audiência no disputado mercado de mídia televisiva (DOURADO, 2010, p. 1160).

Os planos para o lançamento do canal noticioso já haviam sido traçados pela alta cúpula da Record entre o fim de 2006 e o início de 2007, com o objetivo de fortalecer o telejornalismo nacional, realizar novas experiências na área e até buscar novos talentos para a emissora principal. Ficou definido, então, que a Rede Mulher, que tinha penetração em centenas de municípios por UHF<sup>8</sup>, daria lugar ao novo canal.

---

<sup>7</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/videos/a-record-news-11102021>. Acesso em 12 mar. 2022.

<sup>8</sup> UHF (Ultra-high Frequency) é a designação da faixa de radiofrequências compreendida entre 300 MHz e 3 GHz, comum para propagação de sinais de televisão, rádio, transceptores, *bluetooth* e redes *wireless*.

Nesse período, executivos da Record viajaram para os Estados Unidos e para a Europa para conhecer alternativas no sistema de edição. No grupo estava o então chefe de redação Clovis Rabelo (2022, informação verbal), atual diretor de Estratégia e Conteúdo em Jornalismo da RecordTV, que considerou positiva a viagem: “entre as emissoras visitadas estava a CNN. Foi uma experiência muito boa para definirmos qual sistema de edição iríamos escolher para o canal” (RABELO, 2022, informação verbal).

Integraram a comitiva o vice-presidente do Grupo Record, Marcos Pereira, o diretor nacional de Jornalismo, Douglas Tavolaro<sup>9</sup>, o diretor de Operações e Engenharia, Reinaldo Gilli<sup>10</sup>, o gerente de Informática, Anderson Moura e o diretor Técnico e de Projetos, Luiz Seixas. A partir disso, a Record montou grandes estruturas técnicas em todo o Brasil e criou um “manual básico de redação, com orientações jornalísticas e operacionais” (RABELO, 2022, informação verbal). E no dia 27 de setembro de 2007 (CASTRO, 2007a), a partir das 20 horas, o primeiro movimento da Record News no ar foi a exibição de uma contagem regressiva para o início das transmissões com o seu logotipo na tela. Logo após, começou a abertura da única rede de TV aberta de notícias do país - a data também marcou as comemorações de 54 anos da Record.

A cerimônia de estreia contou com a presença do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do governador de São Paulo, José Serra, do dono da Record, bispo Edir Macedo, e demais autoridades. Em seus discursos, o presidente da República e o governador de São Paulo parabenizaram a iniciativa da Record e salientaram a importância de um canal aberto de notícias para a formação e informação dos cidadãos (PRIZIBISCZKI, 2007).

Junto de Edir Macedo, proprietário do Grupo Record, o então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, acionou o botão que colocou oficialmente no ar a nova emissora de TV, às 20h20 (Figura 4), conforme relatado pelo O Estado de S. Paulo (2007):

Dentre as autoridades que também participaram da cerimônia, estava o presidente da Câmara, Arlindo Chinaglia (PT-SP), o prefeito de São Paulo, Gilberto Kassab, a ministra do Turismo, Marta Suplicy. Após o discurso de Lula, o apresentador e jornalista Celso Freitas convidou a cantora Fafá de Belém ao palco para encerrar a cerimônia cantando o Hino Nacional. Em

---

<sup>9</sup> Douglas Tavolaro se tornou vice-presidente de jornalismo da Record em 2009, ficando no cargo até janeiro de 2019, quando anunciou sua saída para trabalhar no licenciamento da marca CNN no Brasil.

<sup>10</sup> Reinaldo Gilli assumiu a presidência da Record News em 2021.

1984, Fafá virou símbolo do movimento "Diretas Já", quando cantava o Hino Nacional e dividia os palanques dos comícios com Lula e outros políticos que lutavam pela redemocratização do País (O ESTADO DE S. PAULO, 2007).

Figura 4 - Lula e Edir Macedo durante a cerimônia de lançamento da Record News



Fonte: STUCKERT, 2007.

De acordo com a coluna Outro Canal, da Folha de São Paulo (2007), a Record investiu cerca de US\$ 7 milhões para equipar a Record News (CASTRO, 2007b). O jornal O Estado de S. Paulo, por sua vez, indicava o tamanho do investimento: “O canal terá 150 jornalistas exclusivos e cem profissionais de outras áreas. Sua redação ocupará 1.000 m<sup>2</sup>, divididos em uma ‘newsroom’ com 60 posições e um estúdio para gravações” (O ESTADO DE S. PAULO, 2007).

Em entrevista concedida ao autor desta pesquisa, Clovis Rabelo, ex-chefe de redação e atual diretor de Estratégia e Conteúdo em Jornalismo da RecordTV, relembra a importância da nova emissora na época:

A Record News foi inaugurada com o objetivo de levar, de graça (canal aberto), um jornalismo diferenciado, privilegiando o factual, tanto nacional como internacional, usando muito os correspondentes e agências internacionais. Também tivemos vários programas com jornalistas da Record: um ótimo exemplo foi o programa direto de Miami [nos Estados Unidos], com o Eliakim Araújo, que infelizmente faleceu anos atrás [17 de julho de 2016] (RABELO, 2022, informação verbal).

Um ponto que chamou a atenção, na época, foi o logotipo do novo canal (LOGOPEDIA, s/d, a) (Figura 5a), semelhante ao usado pela Rede Record (LOGOPEDIA, s/d, b), em 2007 (Figura 5b). É interessante validar que a fonte da tipografia foi a mesma utilizada, de forma ampla, pela TV Globo nos anos 1970. O

primeiro logotipo foi usado pela Record News até meados de 2010, poucos meses antes da estreia do JRNews.

Figura 5 (a, b) - Primeiro logotipo da Record News X logotipo da Record em 2007



Fonte: Logopedia, s/d,a; Logopedia, s/d,b.

## 2.4 Um novo telejornal na emissora

Três anos após a inauguração da emissora, a direção do canal aberto de notícias decidiu fazer uma reformulação na grade de programação, cuja definição de Finger (2010, p. 965) é “uma ‘macroestratégia’ que tem como finalidade manter o telespectador naquele canal”. A autora destaca, ainda, que, ao elaborar uma grade, uma emissora leva em consideração um discurso técnico que envolve conteúdo e público, e que “a escolha das emissoras por determinados programas e encadeamentos, ao contrário do que parece, não é tão arbitrária” (FINGER, 2010, p. 965-966). Para essa reestruturação, o jornalista Heródoto Barbeiro<sup>11</sup> foi contratado pela Record News para apresentar um novo telejornal - caracterizado por Coutinho (2010) como:

[...] um programa jornalístico com características padronizadas tais como a presença de apresentador(es) em estúdio e veiculação de diferentes formatos noticiosos: notas (ao vivo e cobertas); reportagens; entrevistas; séries de reportagem. [...] Ao assistir o telejornal o cidadão entra em contato com o relato dos fatos mais importantes, segundo os critérios de avaliação jornalísticos (COUTINHO, 2010, p. 1157).

<sup>11</sup> Heródoto Barbeiro apresenta hoje o Conexão Record News, é comentarista do Portal R7 e da Nova Brasil FM.

Heródoto Barbeiro (2022, informação verbal) relata que era gerente regional de Jornalismo na Rádio CBN onde também atuava como âncora<sup>12</sup> do Jornal da CBN. O jornalista ressalta que participou da equipe que criou a emissora de rádio do grupo Globo (BARBEIRO, 2022, informação verbal). “Nessa época, eu trabalhava na TV Cultura, tinha apresentado uma segunda temporada no Roda Viva, que terminou após um desentendimento com o candidato à Presidência José Serra. Depois disso fui colocado na geladeira” (BARBEIRO, 2022, informação verbal). O jornalista foi convidado por Clovis Rabelo e Douglas Tavolaro para ser o editor-chefe e âncora do novo jornal (PORTAL IMPRENSA, 2011), que não tinha nome, nem horário. Rabelo explica o motivo da contratação:

Contratamos o Heródoto Barbeiro [...] justamente para dar peso ao canal, no horário nobre. [...] Fui eu que contratei diretamente o Heródoto junto com o Douglas [Tavolaro], que era VP [vice-presidente] de Jornalismo na época. Explicamos o projeto, ele adorou e topou na hora. Está até hoje com a gente (RABELO, 2022, informação verbal).

Barbeiro também é professor, tem mestrado em História pela Universidade de São Paulo; é advogado graduado nas Faculdades Metropolitanas Unidas e jornalista graduado pela Faculdade Cásper Líbero. Ele realiza palestras nas áreas de Economia, História, *Mídia Training* e Liderança, além de ser autor de diversos livros sobre jornalismo e budismo. O jornalista acumula várias premiações, com destaque para o Grande Prêmio Ayrton Senna de Jornalismo, em 2001. Barbeiro (2022, informação verbal) relembra que considerou positiva a oportunidade de conhecer novos processos envolvendo a tecnologia:

O desafio de trocar de emprego era excitante e esperançoso. Aceitei, participei da organização do jornal, do nome e do horário. A empresa avaliou que o jornal poderia ser transmitido simultaneamente no *streaming* do R7, dirigido pelo Antonio Guerreiro. Era uma novidade e o primeiro passo para a multiplataforma. Já tinha visto em um estágio que fiz na BBC, que rádio e tevê eram transmitidos simultaneamente em outras plataformas (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

---

<sup>12</sup> É o comunicador que “[...] tem liberdade para transitar entre os gêneros Informativo, Interpretativo e Opinativo. Cabe [...] explicitarmos os gêneros jornalísticos: o Informativo tem, como objeto, a notícia. O Interpretativo procura contextualizar o fato noticioso. É tridimensional. [...] O Opinativo, por sua vez, está comprometido com a produção de juízo de valor (RAMOS; PORCELLO, 2006, p. 64).

Ailton Nasser (2022, informação verbal), mais conhecido pelos colegas como Mineiro, participou da implantação da Record News e foi diretor de Jornalismo<sup>13</sup> da emissora entre 2010 e janeiro de 2020. Mineiro é hoje diretor de Jornalismo na RecordTV Brasília e recorda que o novo telejornal “precisava de alguém com credibilidade no mercado” e que tivesse um perfil independente. “Naquele momento, a Record News precisava de um nome forte e de um telejornal inovador e com conteúdo que repercutisse em todas as plataformas. Em função disso, veio a contratação do Heródoto Barbeiro” (NASSER, 2022, informação verbal).

A emissora também contratou diversos comentaristas para integrar o noticiário, como os jornalistas Ricardo Kotscho, Cosme Rímoli, Daniel Castro, Nirlando Beirão (falecido em abril de 2020) e Domingos Fraga (falecido em junho de 2021); os médicos David Uip e Adib Jatene (falecido em novembro de 2014); a atriz Beth Goulart e o humorista Bruno Motta. Para a apresentação do novo telejornal ficou definida a dupla Heródoto Barbeiro e a jornalista Thalita Oliveira<sup>14</sup>, confirmada na bancada pouco antes da estreia (Figura 6).

Thalita e outras jornalistas passaram pela apresentação do jornal comigo. A equipe, capitaneada pelos jornalistas Marco Nascimento e Maria das Neves, foi responsável pela organização da redação, entrevistas ao vivo e uma apresentação musical no final do jornal (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

Figura 6 - Apresentadores Thalita Oliveira e Heródoto Barbeiro



Fonte: Veja (2011).

<sup>13</sup> O primeiro diretor de Jornalismo da Record News foi João Beltrão que, é hoje, diretor de Jornalismo na CNN Brasil, na redação de Brasília.

<sup>14</sup> Thalita Oliveira deixou a bancada do telejornal no fim de 2011 e a jornalista Andrea Beron assumiu em seu lugar.

## 2.5 A estreia do Jornal da Record News

No início se cogitou a estreia para o mês de abril de 2011 (RICCO; NERY, 2011), mas a data foi adiada e confirmada para o mês de maio do mesmo ano (RICCO, 2011). Com 70 profissionais envolvidos, o Jornal da Record News, também chamado de JRNews, estreou no dia 23 de maio de 2011, e, posteriormente, foi classificado pela empresa como o primeiro telejornal transmídia do Brasil (RECORD TV, 2019). As pautas iam de política a esporte, passando por economia, cinema, cultura, saúde e mídia. Exibido de segunda a sexta-feira, às 21 horas, o JRNews é considerado o principal jornal da emissora (RECORD NEWS, 2015).

O portal R7 publicou em 24 de maio de 2011 que “informação com credibilidade, análise e bom humor será o forte do novo jornal da Record News” (R7. FALA BRASIL, 2011). E destacou, ainda, que “o telespectador pode interagir pelo portal do R7 com perguntas, sugestões ou críticas que poderão, também, ser enviadas pelas mídias sociais” (R7. FALA BRASIL, 2011).

Figura 7 - Primeira imagem que foi ao ar da bancada do Jornal da Record News



Fonte: R7. FALA BRASIL (2011).

Na estreia, a primeira fala, ao vivo, no ar (Figura 7) foi de Heródoto Barbeiro: “Esta é a primeira edição do Jornal da Record News. Nós estamos aqui criando mais um espaço para o debate dos temas de interesse público” (R7. FALA BRASIL, 2011). Houve a menção ao apresentador em um vídeo exibido no primeiro JRNews com os cumprimentos do então presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva - na ocasião, em seu segundo mandato:

Primeiro, meu querido Heródoto, meus parabéns pela sua volta à televisão, na Record News. Eu acho que é muito importante para o Brasil que a gente tenha muitas opções de Jornalismo, (...) muitas opções de opiniões. E eu acho que a sua opinião, ao longo do tempo, mereceu e conquistou credibilidade da sociedade brasileira (R7. FALA BRASIL, 2011, transcrição nossa).

A estreia do noticiário, entretanto, não alterou os índices de audiência da Record News no horário nobre: registrou 0,6 ponto, ficando na sétima posição no Painel Nacional de TV (PNT)<sup>15</sup>. A média é considerada comum na emissora, nessa faixa de horário, durante o período medido na pesquisa - de 2011 até junho de 2021.

Um ponto a ser considerado como diferencial em uma comparação com telejornais tradicionais é que, desde a estreia, houve transmissão simultânea do JRNews em duas plataformas: pela Record News e pelo Portal R7. Além disso, o produto contava com a interatividade das redes sociais, por meio do Twitter e do Facebook. Assim, a internet era vista como importante aliada na manutenção do interesse do público - um dos focos desta pesquisa por meio da narrativa transmídia, sobre a qual iremos explicar no próximo capítulo. Outro destaque é que o Jornal da Record News também entrava no ar antes da transmissão pela televisão, por meio do Portal R7, mostrando a preparação da equipe, e estendia-se por mais alguns minutos após o encerramento na TV. O âncora também interagiu com os telespectadores nos intervalos, conforme explica Barbeiro (2022, informação verbal):

Na medida que novas plataformas foram agregadas como Facebook, YouTube e Instagram, era possível iniciar o jornal 15 minutos antes. Quando entrava no ar, juntava todas as plataformas digitais com a TV. Depois do jornal, continuava nas redes sociais para responder às críticas e as perguntas feitas pelo telespectador/internauta. Houve um período no qual o jornal foi transmitido, também, pela Rádio Record de Santa Catarina (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

A convocação para a participação dos telespectadores na internet era feita de forma indireta por Heródoto Barbeiro ou outra apresentadora, avisando ao público que continuaria conversando pelas redes sociais durante o intervalo do telejornal (R7 RECORD NEWS, 2012a). Essa articulação entre televisão e internet também aparece nas redes sociais para atrair a audiência para os programas televisivos, incentivando

---

<sup>15</sup> O Painel Nacional de TV não mede a audiência de todo o Brasil, mas projeta uma audiência nacional com base nas 15 regiões metropolitanas de maior consumo do país. Segundo a Kantar Ibope Media, responsável por esse mapeamento, em 2022, 1 ponto de audiência nos 15 mercados aferidos pela empresa, corresponde a 258.821 domicílios e 713.821 pessoas com TV (KANTAR IBOPE MEDIA, 2021).



a participação e oferecendo mais conteúdo. Segundo Rêgo (2017), “o objetivo principal é atrair os internautas para a televisão, sobretudo nos intervalos entre as transmissões” (RÊGO, 2017, p. 38). Tanto que as estratégias transmídias vêm sendo mais inseridas no telejornalismo brasileiro.

Figura 8 - Parte da equipe do telejornal no dia da estreia



Fonte: R7. FALA BRASIL (2011).

A ideia da transmissão online do JRNews - antes e após a emissão pela TV -, de acordo com Ailton Nasser (2022, informação verbal), partiu dos próprios colaboradores, especialmente de Heródoto Barbeiro, e foi acatada pela vice-presidência de Jornalismo. “Inicialmente causou uma certa estranheza por parte dos colegas de direção do grupo, mas agradou muito ao telespectador, o que fez diminuir as resistências internas. Foi uma quebra de paradigma” (NASSER, 2022, informação verbal).

A jornalista Aline Soares (2022, informação verbal) integrou a primeira equipe do telejornal e foi editora de texto do Jornal da Record News de 2011 a 2015. Ela relata que o noticiário já nasceu com a proposta de ser o primeiro telejornal multiplataforma da TV brasileira:

O contexto do jornalismo, na época, ainda estava engatinhando no entendimento dos jornais multitela, mas havia essa necessidade de conversar com o público do digital. Não existia, na época, um jornal com este alcance e com um nome como do Heródoto (SOARES, 2022, informação verbal).

Soares acredita que o público entendia como funcionava a participação pelas redes sociais: “acho que era por poder se ver na TV também. Deu certo porque havia participação e interação” (SOARES, 2022, informação verbal). Interação, inclusive, é

um termo usado com frequência no telejornalismo, tanto que Bonilla (2002, apud DALLA COSTA, 2010, 708-709) enfatiza que o termo interatividade, utilizado como sinônimo de interação, reduz o conceito: enquanto “interação nos leva a uma atualização, a um acontecimento, interatividade nos leva a uma virtualização, a um estado de potência, à abertura de um campo problemático” (Bonilla, 2002 apud DALLA COSTA, 2010, 708-709). Para Barbosa Filho (2010), a interatividade pode ocorrer face a face ou mediada por uma plataforma tecnológica:

A partir do uso da mediação tecnológica nos anos 1990, a interatividade tornou-se um novo campo de investigação. Isso porque as sucessivas inovações tecnológicas estão sempre apresentando novidades como intermediárias ou facilitadoras da comunicação humana, superando antigas barreiras, como o tempo e o espaço (BARBOSA FILHO, 2010, p.707).

Existem três níveis de interatividade: “a não-interatividade, quando as mensagens que se trocam não se relacionam entre si; a reatividade, quando a mensagem se relaciona com a anterior; e a interatividade propriamente dita, quando a mensagem se relaciona com um número de mensagens prévias e com a própria relação entre elas” (BARBOSA FILHO, 2010b p.707). A interatividade, ainda conforme Barbosa Filho e Castro (2008), pode ser vista “como um sistema de reconhecimento de códigos digitais entre as diferentes redes, sistemas, *middlewares* e *softwares*, mas não se restringe ao aspecto tecnológico” (BARBOSA FILHO; CASTRO, 2008, p. 232), trazendo aspectos social, ideológico e até cultural. Nesse caso, o conceito de Indústria Cultural<sup>16</sup> não oferece um suporte para a análise de novas dinâmicas, pois na época em que foi formulado não era possível imaginar a interatividade e a convergência tecnológica. Em contraponto, Bonilla (2002 apud DALLA COSTA, 2010, 708-709) defende que a interatividade não é apenas um caso específico de interação, pois está na:

disposição ou pré-disposição para mais interação, para uma hiper interação, para bidirecionalidade - fusão emissão-recepção -, para participação e intervenção. Não é apenas um ato, uma ação, e sim um processo, inclusive instável, uma abertura para mais e mais comunicação, mais e mais trocas, mais e mais participação (BONILLA, 2002 apud DALLA COSTA, 2010, p. 708-709).

---

<sup>16</sup> A expressão foi adotada na primeira metade do século XX pelos pensadores da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno (1986) e Max Horkheimer (1985), que se referiam à produção cultural como mercadoria, guiada por classes dominantes.

Para Lévy (1999, p. 82), a interatividade assinala “a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico” (BONILLA, 2002 apud DALLA COSTA, 2010, p. 709).

### 3 JORNALISMO MULTIPLATAFORMA

Considerado um noticiário transmídia, o Jornal da Record News desde sua estreia é transmitido, simultaneamente, em duas plataformas: pela Record News (TV aberta) e pelo YouTube. Esse conteúdo na internet é o fator utilizado pela emissora para anunciar o produto como um telejornal transmidiático.

Neste capítulo exploramos as características da narrativa transmídia, verificamos como os autores interpretam a paratextualidade e a hipertextualidade e como esses conceitos auxiliam as estratégias pensadas pela produção do noticiário para veicular conteúdo para TV e para a internet. Também explicamos, de maneira simplificada, o que significam os conceitos de TV transmídia e Jornalismo transmídia.

#### 3.1 Narrativa transmídia

Para analisar o Jornal da Record News é preciso, antes, um olhar para o conceito de transmídia (ou multiplataforma). A popularização do termo narrativa transmídia se deu com mais frequência na última década, nas indústrias cultural e do entretenimento. O termo é usado para caracterizar o fenômeno que o autor Henry Jenkins propõe em 2003, na coluna para a MIT Technology Review (JENKINS, 2003) - mais tarde retomou esses parâmetros em seu livro *Cultura da Convergência* (2009a). Vale ressaltar que a ideia aqui é esclarecer o que o conceito significa, porque outros estudos vieram na sequência e deram outras características ao termo. Portanto, para esta dissertação, o conceito que tomaremos por base é o cunhado por Jenkins (2009a):

O conceito de narrativa transmídia entrou para o debate público pela primeira vez em 1999, enquanto audiências e críticos tentavam entender o sucesso fenomenal de *A Bruxa de Blair* (1999), um filme independente de baixo orçamento que se tornou um negócio imensamente rendoso (JENKINS, 2009a, p. 176).

Partindo dos estudos de Jenkins (2009a), a narrativa transmídia se desenrola por meio “de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo” (JENKINS, 2009a, p. 141). O pesquisador detalha o processo:

Na forma ideal de narrativa transmidiática, cada meio faz o que faz de melhor - a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. Cada acesso à franquia deve ser autônomo, para que não seja necessário ver o filme para gostar do game, e vice-versa. Cada produto determinado é um ponto de acesso à franquia como um todo (JENKINS, 2009a, p. 141).

A referência da narrativa transmídia vem para significar “uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias” (JENKINS, 2009a, p. 48).

Cada vez mais, as narrativas estão se tornando a arte da construção de universos, à medida que os artistas criam ambientes atraentes que não podem ser completamente explorados ou esgotados em uma única obra, ou mesmo em uma única mídia. O universo é maior do que o filme, maior até, do que a franquia - já que as especulações e elaborações dos fãs também expandem o universo em várias direções (JENKINS, 2009a, p. 157).

Para explicar o conceito, Jenkins exemplifica com a história de Jesus, contada, desde a Idade Média, a partir de vários níveis culturais. Dessa forma, “o personagem e sua história já eram conhecidos de algum outro lugar” (JENKINS, 2009a, p. 161). E afirma ainda que “personagens de narrativas transmídia não precisam ser apresentados ou reapresentados, pois já são conhecidos a partir de outras fontes” (JENKINS, 2009a, p. 162). Massarolo (2011) faz uma releitura do conceito de narrativa transmídia, como gerador de conteúdos que circulam pelas redes sociais, pelas telas do cinema, pela TV e pelos celulares:

O mundo de histórias evocado pela narrativa transmídia desdobra-se em múltiplas camadas e fornece, em cada uma das mídias, experiências que expandem o universo pessoal das audiências ao mesmo tempo em que reforça a sua noção de pertencimento a um determinado universo narrativo, fazendo com que o público se identifique com os textos dispersos em diferentes mídias, de forma autônoma ou relacionada (MASSAROLO, 2011, p. 61).

Fechine *et al.* (2011) definem o termo como “narrativas secundárias que se desdobram, aprofundam ou estendem eventos, situações, personagens vinculados às ações da narrativa principal” (FECHINE; FIGUEIRÔA; CIRNE, 2011, p. 25-26). Scolari (2013, p. 46), por sua vez, destaca que a narrativa transmídia é “um tipo de relato onde a história se distribui através de múltiplos meios e plataformas de comunicação, e em qual uma parte dos consumidores assume um papel ativo no processo de expansão” (SCOLARI, 2013 apud ZIERHUT, 2020, p. 30). Santaella (2018, p. 78) avalia que “o poder central que a narrativa transmídia exerce sobre seu público se

deve, sobretudo, ao fato de ser narrativo o discurso com que ela fisga a imaginação e os corações daqueles que a buscam” (SANTAELLA, 2018 apud ZIERHUT, 2020, p. 31).

O ideal, segundo Jenkins (2009a, p. 135), é que a narrativa de cada meio de comunicação seja complementar e não se repita. Neste sentido, Massarolo (2011) acrescenta que “a narrativa transmídia se manifesta por diferentes mídias e linguagens, desdobrando seus conteúdos dentro da linha temporal da história principal” (MASSAROLO, 2011, p. 61). Soma-se isso à afirmação de Rêgo (2017) de que “as narrativas sejam autônomas, de forma que façam sentido tanto isoladamente, em uma determinada mídia, quanto para os que buscam aquele universo ficcional em múltiplas mídias” (RÊGO, 2017, p. 33). E em um artigo publicado em julho de 2011, Henry Jenkins faz uma nova reflexão - como ele se refere -, sobre o conceito:

A narrativa transmídia representa um processo em que elementos integrantes de uma ficção são dispersos sistematicamente em vários canais de distribuição com o objetivo de criar uma experiência de entretenimento unificada e coordenada. Idealmente, cada meio faz sua própria contribuição única para o desenrolar da história (JENKINS, 2011).

Um ponto levantado pelo autor, em outras pesquisas, é que a narrativa transmídia se apoia na convergência dos meios de comunicação, na cultura participativa<sup>17</sup> e na inteligência coletiva<sup>18</sup>. Essa convergência a que Jenkins se refere é um processo que já ocorre e provoca debates sobre os caminhos que cada mídia vem seguindo nos últimos anos. “A convergência contrasta com o modelo da Revolução Digital, que pressupunha que as velhas mídias seriam substituídas pelas novas mídias” (JENKINS, 2011, tradução nossa).

Prova disso é que a televisão não acabou com o rádio e a internet não extinguiu a TV - tanto que esses meios interagem cada vez mais, se adaptam e agregam conteúdo um do outro. Ou seja, elas coexistem e se colidem. Desta forma, as decisões tomadas por produtores, anunciantes e consumidores são baseadas, em outras palavras, nesse modelo de convergência que tem muitos aspectos e consequências diferentes (JENKINS, 2011, tradução nossa). Jenkins acrescenta:

---

<sup>17</sup> Jenkins define cultura participativa (2009a, p. 387) como a cultura em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos.

<sup>18</sup> Conceito cunhado pelo filósofo Pierre Lévy, a inteligência coletiva é, no contexto da cibercultura, a troca recíproca de saberes e a socialização que fortalecem a construção de uma comunidade integrada.

A narrativa transmídia descreve uma lógica para pensar sobre o fluxo de conteúdo através da mídia. Também podemos pensar em marcas transmídia, performance transmídia, ritual transmídia, jogo transmídia, ativismo transmídia e espetáculo transmídia, como outras lógicas. O mesmo texto pode caber em várias lógicas (JENKINS, 2011, tradução nossa).

Com foco nessa linha de pensamento, trazemos algumas estratégias utilizadas pelo Jornal da Record News: a produção do telejornal explorava a convergência ao usar TV e internet para conteúdo extra, por exemplo. O apresentador realizava uma entrevista sobre determinado assunto na televisão e chamava o público para acompanhar mais alguns minutos da conversa na internet, durante o intervalo (*break*) na TV. Desta maneira o telespectador que se interessasse pelo tema, poderia acessar mais sobre o conteúdo em outra mídia - vamos detalhar essa estratégia no próximo capítulo. Isso pode ser considerado como uma continuidade, tanto que Jenkins (2011) afirma que:

Não existe uma fórmula transmídia. Transmídia refere-se a um conjunto de escolhas feitas sobre a melhor abordagem para contar uma história específica para um público específico em um contexto específico, dependendo dos recursos específicos disponíveis para produtores específicos (JENKINS, 2011).

Em artigo publicado em março de 2007, o autor de Cultura da Convergência descreve que as práticas de narrativa transmídia podem criar entradas para diferentes segmentos de público e “[...] a estratégia pode funcionar para atrair espectadores que se sintam à vontade em um meio específico para experimentar plataformas de mídia alternativas” (JENKINS, 2007). Ainda conforme Jenkins (apud RÊGO, 2017, p. 31), a narrativa transmídia tem sete conceitos centrais (JENKINS, 2009a; 2010):

1. Potencial de compartilhamento X Profundidade: a capacidade e o grau em que o conteúdo é compartilhável e os fatores de motivação para uma pessoa compartilhar esse conteúdo *versus* a capacidade de uma pessoa explorar, em profundidade, as extensões narrativas quando se depara com uma ficção que realmente capta a sua atenção.
2. Continuidade X Multiplicidade: algumas franquias transmídia promovem uma coerência contínua com um cânone para garantir a máxima plausibilidade entre todas as extensões. Outros usam versões alternativas de personagens ou

versões de universo paralelo de suas histórias para recompensar o domínio sobre o material de origem.

3. Imersão X Extração: na imersão, o consumidor entra no mundo da história (exemplo: parque temático<sup>19</sup>), enquanto na extração, o fã leva consigo aspectos da história como recursos que desdobram nos espaços do seu cotidiano (exemplo: itens da loja de presentes do parque).
4. Construção de universos: extensões transmídia que muitas vezes não estão diretamente relacionadas à narrativa central, mas que dão uma representação mais rica do mundo em que a narrativa se desenrola. As franquias podem explorar experiências do mundo real e digitais. Essas extensões geralmente levam a comportamentos de fãs de capturar e catalogar os elementos díspares.
5. Serialidade: a narrativa transmídia adotou a noção de dividir um arco narrativo em vários pedaços ou parcelas dentro de um único meio e espalhou essas ideias díspares ou pedaços de histórias em vários sistemas de mídia - o autor avalia ainda que, historicamente, a serialidade ocorre dentro de um mesmo texto.
6. Subjetividade: extensões transmídia frequentemente exploram a narrativa central através de novos olhares; como personagens secundários ou até terceiros. Essa diversidade de perspectiva muitas vezes leva os fãs a considerarem mais quem está falando e por quem eles estão falando.
7. Performance: habilidade que as extensões transmídia têm de levar os fãs a produzirem performances que podem acabar se transformando em parte da narrativa. Algumas apresentações são convites do criador ou não; os fãs procuram ativamente sites para uma potencial performance.

Apontamos que os conceitos continuidade, multiplicidade e serialidade são bastante utilizados por Jenkins em seus estudos. Nota-se que no *Jornal da Record News* não são usados esses conceitos com frequência e poucas foram as reportagens sequenciadas, veiculadas em formato de série, por exemplo. Entretanto, algumas entrevistas eram realizadas com um tema definido por dias seguidos. Abaixo está um *card*, postado nas redes sociais (Figura 9), convocando o público para enviar dúvidas

---

<sup>19</sup> Os parques temáticos possuem como atrações personagens e cenários de animações, filmes e histórias em quadrinhos. Contando com infraestrutura hoteleira para receber os frequentadores, oferecem atrações para crianças e adultos, assim como lojas de *souvenires*.



sobre a reforma trabalhista<sup>20</sup>. No total, dez especialistas foram entrevistados sobre o tema, entre os dias 6 e 17 de novembro de 2017.

Figura 9 - Card sobre reforma trabalhista estimula a interação



Fonte: Barbeiro (2022a).

### 3.2 Características do texto transmídia

Um texto transmídia fornece um conjunto de objetivos que os leitores podem assumir à medida que encenam aspectos da história em sua vida cotidiana (JENKINS, 2007). Ainda a partir das abordagens de Jenkins (2011) sobre a narrativa transmídia, podemos entender que o conceito expande o que pode ser conhecido sobre um determinado mundo ficcional, ao mesmo tempo em que dispersa essa informação, o que garante que nenhum consumidor saiba tudo e assegura que ele deve falar sobre o texto com outros. “Os consumidores tornam-se caçadores e coletores, percorrendo as várias narrativas tentando costurar uma imagem coerente a partir das informações dispersas” (JENKINS, 2011, tradução nossa).

Portanto, o texto transmídia tem um modo de existência potencial, sendo finalizado a partir da ativação do público, assim como se dá com o hipertexto (FECHINE *et al.*, 2015, p. 337-338). A hipertextualidade é a principal propriedade do

<sup>20</sup> Em vigor desde 2017, a reforma trabalhista (Lei 13.467, de 2017) mudou as regras relativas à remuneração, plano de carreira e jornada de trabalho, entre outras. Segundo a Agência Senado (2019), a norma foi aprovada para flexibilizar o mercado de trabalho.

texto transmídia, porque só funciona no momento que o espectador faz a articulação do texto de referência com os secundários. A hipertextualidade é a:

Capacidade de relacionar de forma não sucessiva ou linear palavras, frases e até documentos, usando hiperlinks ou links. A hipertextualidade gera estruturas organizacionais de conteúdo que afetam o desenvolvimento de textos ou hipertextos com uma estratégia narrativa e uma leitura não sequencial por definição (LARRONDO URETA, 2009, p. 60, tradução nossa).

Os textos transmidiáticos resultam no que pode ser visto como lacunas ou excessos no desenrolar da história: introduzem tramas potenciais que não podem ser totalmente contadas ou detalhes extras que sugerem mais do que pode ser revelado. “Os leitores, portanto, têm um forte incentivo para continuar a elaborar esses elementos da história, trabalhando-os por meio de suas especulações, até que ganhem vida própria” (JENKINS, 2007). A transmídiação é um dos fenômenos da cultura da convergência, e a maioria deles se caracteriza pelo apelo à participação, que não é exclusividade de um projeto transmídia. “O que distingue a transmídiação ante a infinidade de fenômenos da cultura participativa é a interdependência entre os conteúdos” (RÊGO, 2017, p. 35), além do fato de ser fruto da estratégia articulada de produtores.

A hipertextualidade do projeto transmídia existe do ponto de vista da produção: se o destinatário se limitar a acessar um único texto, não haverá uma experiência transmidiática. Outra propriedade dos textos transmídia é a paratextualidade. Podemos citar como exemplos de conteúdos transmídias adotados pelo JRNNews, os vídeos de bastidores postados na internet com o objetivo de apresentar etapas relacionadas ao processo de produção do telejornal. No caso, o apresentador do JRNNews revela ao público como é a sua preparação antes de ir para o ar, ao vivo: maquiagem (Figura 10), conversa com a equipe técnica, leitura do espelho do jornal. Também é possível encontrar elementos dentro do texto de referência que estabelecem uma relação de paratextualidade entre o texto principal e o secundário: exemplo da convocação realizada pelo apresentador Heródoto Barbeiro para que o telespectador procure mais informações nas redes sociais, principalmente no intervalo comercial do jornal na TV.

Os elementos citados são nomeados por Abreu e Lima (2016, p. 149-150) como “chamada-plataforma” ou “articulador transmídia”, ou seja, conectores que chamam o público “para o consumo de conteúdos transmídias associados às notícias dadas no

telejornal e que estão localizados em outras plataformas” (RÊGO, 2017, p. 43) - geralmente em uma página do telejornal na internet ou em aplicativos para celular. Dessa forma, esses conectores transmídias auxiliam no estabelecimento de uma relação de paratextualidade entre o texto de referência e o secundário por orientarem o telespectador sobre a existência de um conteúdo extra em outra plataforma, avisando que existe outro texto além daquele que está sendo acessado. Afinal, para obter sucesso, o projeto transmídia depende da “disposição do público para buscar e correlacionar os conteúdos midiáticos ofertados em diferentes plataformas” (FECHINE *et al.*, 2015, p. 322). Assim, o público curte, comenta e compartilha os conteúdos transmídia com outros interessados, por meio das redes sociais (FECHINE; FIGUEIRÔA; CIRNE, 2011, p. 41).

Figura 10 - Apresentador revela preparação antes de ir para o ar



Fonte: Barbeiro (2018a).

O jornalista Gustavo Toledo (2022, informação verbal) trabalha há cinco anos na Record News. Começou na emissora apresentado as edições matutinas do jornal Hora News e passou, ainda, por diferentes experiências no programa Link News, como apresentador e coapresentador. Toledo acredita que a equipe de produção do Jornal da Record News precisa, primeiro, entender o que o público gosta e, que por

se tratar de um negócio, também precisa entender a viabilidade das ideias colocadas no ar para a necessidade de dar retorno para a empresa.

É preciso achar o meio termo. A grande vantagem é que, numa TV menor, podemos testar mais, arriscar mais e é isso que fazemos diariamente. A questão multiplataforma do jornal sempre foi uma bandeira do Heródoto e isso acabou migrando para os demais jornais da casa (TOLEDO, 2022, informação verbal).

### 3.3 Conteúdos transmidiáticos

Dois modos de relação entre os textos no modelo de produção transmídia são a paratextualidade e a hipertextualidade - são construídos por meio de estratégias pensadas por uma instância produtora, conforme explicam Fechine *et al.* (2011):

Um conteúdo repercute ou reverbera o outro, colaborando para manter o interesse, o envolvimento e a intervenção criativa do consumidor de mídias no universo proposto, agendando-o entre outros destinatários ou em outras instâncias, constituindo comunidades de interesses. Trata-se, muito frequentemente, de uma estratégia destinada a repercutir um universo ficcional em redes sociais na web ou fora dela, acionando o gosto dos consumidores por conversarem e/ou por saberem mais sobre aquilo que consomem nas mídias (FECHINE; FIGUEIRÔA; CIRNE, 2011, p. 26).

Fatos que antecederam o enredo da narrativa principal podem ser explorados pelas narrativas secundárias dotadas de função narrativa, focando mais em personagens secundários ou descrevendo o mesmo evento sob o ponto de vista de outros personagens, por exemplo (JENKINS, 2009 apud FECHINE *et al.*, 2011, p. 37). O conteúdo reformatado permite que o público fique curioso para ver o que ainda será exibido, ver um pouco do que perdeu ou revisar o que assistiu (FECHINE *et al.*, 2013, p. 37-38).

É possível perceber esse aspecto logo na abertura do Jornal da Record News, quando o apresentador traz um texto opinativo, utilizando como pseudônimo um gato preto chamado Faísca, para falar de temas mais polêmicos, principalmente sobre política no Brasil (Figura 11), e depois esse assunto estará na estrutura do jornal, em forma de reportagem ou de entrevista. Esse trecho do telejornal ainda será publicado nas redes sociais no mesmo dia ou no seguinte - trataremos mais do papel do Faísca no próximo capítulo.

Os conteúdos informativos, em outras mídias ou plataformas, são os que oferecem informações de natureza não ficcional correlacionadas ao texto de referência, que ajudam a compreender o universo ficcional (FECHINE *et al.*, 2013, p. 41 apud RÊGO, 2017, p. 46).

Figura 11 - Uso de pseudônimo para abordar temas polêmicos



Fonte: Barbeiro (2018b).

Os conteúdos informativos contextuais colaboram para a construção de um conhecimento sobre o universo da história ou a partir desse mesmo universo. Podem-se usar como exemplos as informações sobre conteúdos disponibilizados em sites sobre moda, decoração, alimentação e saúde, a partir de situações, estilos ou do comportamento de personagens de uma telenovela (FECHINE *et al.*, 2013, p. 41-42 apud RÊGO, 2017, p. 46). Já os conteúdos informativos promocionais estão mais associados às informações de bastidores dos atores e da produção, que permitem ao público compreender melhor o “mundo encenado” (FECHINE *et al.*, 2013, p. 43-44 apud RÊGO, 2017, p. 46-47).

### 3.4 TV transmídia e Jornalismo transmídia

A televisão é uma das mídias onde mais se tem criado universos transmídias, em boa parte, devido à participação massiva de fãs. Na articulação entre mídias costuma existir uma hierarquização, “uma regência de uma determinada mídia” (MITTELL, 2015, p. 199). É nessa mídia que se desenvolve o texto de referência com os seus desdobramentos e articulações. A TV transmídia é como Evans (2011 apud FECHINE *et al.*, 2013, p. 21) chama a expansão da produção televisiva para outras mídias. No cenário de convergência, a produção de conteúdo televisivo busca uma articulação com a internet em outros meios e plataformas. Mais do que competir com a TV, a internet tornou-se mais uma forma de enviar e receber conteúdos televisivos e se transformou em um dos principais aliados da ficção televisiva (FECHINE; CAVALCANTI, 2015, p. 1).

No telejornalismo o emprego do conceito de transmidiação se faz mais necessário. Afinal, é possível pensar o modelo de produção transmídia no jornalismo televisivo e que o texto jornalístico transmídia, nesse campo, também possui relações hipertextuais e paratextuais. Scolari (apud TÁRCIA, 2011, p. 9) defende que quase todo o jornalismo é transmídia por transitar em várias plataformas e contar com a colaboração dos *prosumidores*<sup>21</sup>. Tais fenômenos têm características mais comuns à era da convergência de mídias e da interatividade e não são exclusivos dos projetos transmidiáticos.

Muito do que se chama de transmídia são modelos de veículos analógicos sendo transportados para o ambiente digital. Pernisa Júnior (apud TÁRCIA, 2011, p. 8) considera difícil visualizar a prática do jornalismo transmídia. Segundo o autor, as postulações sobre transmídia de autores como Jenkins são baseadas no mundo do entretenimento e do marketing e enxergam o jornalismo transmídia como uma proposta experimental, que não deve ser vista como uma realidade consumada (PERNISA JÚNIOR apud TÁRCIA, 2011, p. 8).

A internet propicia mais opções de aprofundamento da informação com a hipertextualidade, a multimídia e a interatividade. Aproveitando essas

---

<sup>21</sup> Os *prosumers* consomem e produzem conteúdo a todo o momento. Eles usam o próprio perfil na internet para compartilhar avaliações sobre determinados tipos de produtos ou serviços. A experiência de mercado e o número de seguidores faz com que as suas opiniões influenciem diretamente na decisão de compra das pessoas (PEREIRA, 2018).

possibilidades, a reportagem, por exemplo, adquire caráter hipermídia, utilizando modalidades comunicativas próprias do ambiente digital, como os links que complementam a informação (LARRONDO URETA, 2009 apud MIELNICZUK *et al.*, 2015, p. 132). No Jornal da Record News, o conteúdo das reportagens é mais autoral, em um texto sem a presença de um repórter que vai à rua e com o uso de diversos recursos, entre eles trechos de filmes e até memes - abordaremos mais sobre isso no próximo capítulo.

As narrativas transmídias permitem reportagens especiais, com mais tempo de apuração e um grau maior de aprofundamento. O jornalismo transmídia é uma forma de linguagem jornalística que contempla, ao mesmo tempo, distintos meios, com várias linguagens e narrativas, a partir de inúmeros meios e para uma infinidade de usuários. Assim, a transmidiação acarreta mudanças importantes na TV em relação aos jornalistas e às rotinas produtivas das redações, o que inclui a expansão dos “limites textuais” dos seus produtos, modificando características que são históricas (RÊGO, 2017, p. 54). No caso de um telejornal,

[...] o gênero tornou-se mais aberto em sua textualidade, a partir das conexões possíveis proporcionadas “ao” e “pelo” telespectador. [...] Não estamos mais diante de uma unidade demarcada espacial e temporalmente pela grade de programação. Há cada vez mais, dentro do telejornal, “pontos de conexões” que servem de porta de entrada para conteúdos localizados em distintas plataformas (inclusive podendo retirar o telespectador do fluxo televisivo), além de uma maior participação e liberdade das audiências (ABREU E LIMA, 2016, p. 58).

Abreu e Lima (2016) destaca, ainda, que não se pode mais analisar o jornal de TV como um texto linear e que “é razoável postular que o telejornal já opera, hoje, a partir de uma lógica hipertextual que está em experimentação, desenvolvimento e aprimoramento” (ABREU E LIMA, 2016, p. 85). Assim, conteúdos extras fazem parte do discurso de um noticiário, como uma espécie de hipertexto. Dessa forma, podemos dizer que o Jornal da Record News operou como um telejornal transmídia até o início da pandemia, com as estratégias adotadas por seus editores, aliando hipertextualidade e transmidiação.

## 4 MULTIPLATAFORMA NO JORNAL DA RECORD NEWS

O primeiro telejornal transmídia do Brasil segue, segundo a emissora, um padrão analítico, com a participação de convidados que discutem sobre temas da política, da economia, do cenário internacional, da saúde e da tecnologia. O telejornal, como já dissemos, é transmitido pela TV aberta e pela internet, no portal R7<sup>22</sup> e no canal da Record News no YouTube<sup>23</sup>, desde março de 2017.

O jornalístico também foi considerado o primeiro da TV aberta que transmite a reunião de pauta em *lives* pelo Facebook, Periscope (plataforma de *streaming* do Twitter), Instagram e pelo aplicativo PlayPlus<sup>24</sup>. As mesmas plataformas transmitem mais três *lives* nos intervalos do telejornal, além de um bloco especial, exibido após às 22 horas, em que Heródoto Barbeiro comenta os principais fatos do dia - é importante considerarmos que isso ocorreu até o início da pandemia de Covid-19, antes de o apresentador se afastar do telejornal em função da idade e que o colocava como mais suscetível aos efeitos da doença. Nos intervalos comerciais na TV, o jornal continua nas redes sociais, sem conteúdo publicitário, com interação com os telespectadores e internautas: o apresentador lê as mensagens enviadas pelo público no WhatsApp e nas redes sociais já citadas anteriormente.

Neste capítulo analisamos a categoria, os gêneros e os formatos do JRNews, a interação realizada com o público (na TV e nas redes sociais), os exemplos de conteúdos hipertextuais e paratextuais utilizados na estrutura do noticiário e, de forma resumida, explicamos como a pandemia modificou o conceito transmídia no telejornal.

### 4.1 Categoria, gêneros e formatos

Com base nos dados levantados para esta pesquisa, o principal noticiário da Record News é enquadrado na categoria Informação, segundo a classificação de Aronchi de Souza (2015, p. 120):

Qualquer que seja a categoria de um programa de televisão, ele deve sempre entreter e pode também informar. Pode ser informativo, mas deve também ser de entretenimento. [...] três categorias abrangem a maioria dos gêneros: entretenimento, informativo e educativo (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 46).

<sup>22</sup> Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/>. Acesso em: 05 fev. 2022.

<sup>23</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/c/recordnews>. Acesso em: 05 fev. 2022.

<sup>24</sup> Serviço de *streaming* do Grupo Record que transmite a programação da emissora.



Considerando essa mesma classificação, verifica-se que três gêneros da categoria Informação predominam no JRNNews: Telejornal, Entrevista e, eventualmente, Debate.

- a. Telejornal: programa com características próprias em que um apresentador (ou mais) chama do estúdio reportagens sobre os fatos mais recentes. “As emissoras classificam de telejornalismo os noticiários, informativos segmentados ou não, em diversos formatos” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 237).
- b. Entrevista: está ligada aos programas jornalísticos que procuram pessoas de várias áreas para conversar com o apresentador. “Os assuntos de política e atualidades são os que mais frequentam as pautas dessas entrevistas” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 234).
- c. Debate: a principal característica desse gênero, de acordo com o autor, é o número de entrevistados e entrevistadores, que podem aparecer no vídeo e, também atuar como comentaristas. “Pode-se debater um único tema, com vários convidados opinando e respondendo às indagações dos entrevistadores e apresentadores fixos” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 226).

A classificação de categoria e gêneros em TV, ainda conforme o autor, vem acompanhada do “formato, tido como jargão no mercado de produção, mas não reconhecido ou sistematizado em obras científicas que abordam o tema” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 55). No caso do Jornal da Record News, os gêneros citados acima se subdividem nos seguintes formatos: nota, reportagem, entrevista e comentário (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 241) - mais adiante definiremos alguns desses formatos. Ao tratar do gênero Telejornal, destaca-se a estrutura transmitida ao vivo<sup>25</sup>, “dando um tom de atualidade”, o que permite a realização de entrevistas no Brasil e no mundo (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 241).

Dentro do próprio gênero Telejornalismo, há formatos que se firmam como gêneros por sua importância. Os programas de debate ou de entrevista são

---

<sup>25</sup> O formato pode ser transmitido ao vivo, em tempo real, simultaneamente ao acontecimento. Os programas transmitidos ao vivo evitam cortes e interrupções no meio da atração (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 278).

formatos que pertencem ao telejornalismo produzido pelas emissoras, porém se tornam gêneros dado pelo status que alcançaram com a audiência (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 241).

Ainda nessa linha de pensamento, o gênero Telejornal se transforma em formato quando “um apresentador chama reportagens ao vivo e até faz entrevistas em estúdio” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 284). Sendo assim, o noticiário objeto desta pesquisa é um gênero e um formato que se encaixam na categoria Informação, nos termos de Aronchi de Souza (2015). Destacamos a avaliação de Gomes (2011) sobre a metodologia de análise de Telejornalismo:

A importância que a televisão assume no Brasil ainda não produziu, como resultado, o desenvolvimento de métodos de análise adequados de seus produtos. O mais frequente é que a televisão seja tomada a partir de abordagens mais gerais, macroeconômicas, históricas ou sociais, e que o programa televisivo, enquanto um produto cultural com certas especificidades, seja deixado de lado. [...] No caso do telejornalismo, a situação parece se agravar (GOMES, 2011, p. 17).

A presente pesquisa apresenta recortes dos principais pontos da estrutura jornalística utilizada diariamente no JRNews, considerando o período entre maio de 2011 e junho de 2021. Antes vale explicar que o referido telejornal é dividido em quatro blocos, intercalado por três intervalos comerciais, iniciando com notícias nacionais, geralmente envolvendo política. Para isso, dividimos o jornal, descrevendo as partes e usando como referência o programa exibido em 02 de maio de 2019 (RECORD NEWS, 2019a), como segue abaixo.

**Abertura:** Ao iniciar o telejornal, o apresentador Heródoto Barbeiro cumprimenta o telespectador, chamando-o de “povo do Jornal da Record News” - julgamos que essa seja a maneira encontrada pela produção para fazer a audiência se sentir parte do telejornal, como uma espécie de contrato de proximidade. O jornalista comenta que o público pode assistir o telejornal pela TV e pelo celular, por meio do aplicativo PlayPlus, como dito anteriormente, ou pelas redes sociais Facebook e YouTube, reforçando, ainda, em sua fala inicial, que o jornal é multiplataforma e que o telespectador pode comentar os assuntos mais importantes, na opinião do público, abordados no jornal.

**Faísca:** Na sequência, o âncora traz o texto opinativo do gato preto que utiliza da ironia para criticar algum tema em destaque no dia - mais detalhes sobre Faísca ainda neste capítulo, na página 70. No dia analisado, o texto tratava da exigência do Tribunal de Contas da União (TCU) para que o Supremo Tribunal Federal (STF) explicasse uma licitação de R\$ 1,3 milhão para comprar medalhões de lagosta e vinhos importados para as refeições servidas aos ministros (reportagens sobre o tema foram amplamente divulgadas pela imprensa, como se observa no jornal Correio Braziliense (FERRARI, 2019)). Surge então, junto do texto, uma espécie de charge<sup>26</sup>, no telão do estúdio, na qual o gato preto aparece com uma taça de vinho, talheres e ração dentro de outra taça (Figura 12). Enquanto isso, no texto, Barbeiro analisa que o valor das compras do Supremo, ao ser dividido entre os 210 milhões de brasileiros, daria apenas centavos para cada cidadão. A partir daí, ele lança uma pergunta “se vale ou não vale a exigência do TCU sobre o STF”, solicitando a opinião do telespectador pelas redes sociais.

Figura 12 - Exemplo de utilização de charge no JRNews



Fonte: Record News (2019a).

**Destaque do Portal R7:** Depois do Faísca aparece no telão do estúdio a capa do site R7 - portal criado pelo Grupo Record em 2009 -, com destaque para a manchete: Espanha não quer entregar Leopoldo López a autoridades (R7, EFE, 2019). Nesse dia, o governo da Espanha informou que não tinha intenção de entregar o líder opositor Leopoldo López à Justiça da Venezuela, após a ordem de prisão decretada pelo Tribunal Supremo do país sul-americano.

<sup>26</sup> Gênero jornalístico que se utiliza da imagem para expressar uma crítica, carregada de ironia e que, geralmente, reflete situações da atualidade. Por meio da charge o público pode compreender a dinâmica de acontecimentos ocorridos no país ou no mundo.

**Escalada:** Após mostrar o site, o apresentador chama outras notícias: parte destas ele anuncia ao vivo e o restante é gravado algumas horas antes do jornal. É interessante reparar como é construído o texto da escalada: com uma linguagem mais irônica, quase opinativa, mantendo as regras textuais para um telejornal. Talvez essa seja uma herança do passado radiofônico do âncora, fugindo das tradicionais manchetes nos telejornais brasileiros. No Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas Mídias, Barbeiro e Lima (2013) descrevem como deve ser o texto para estes meios:

Na TV, na internet, bem como no rádio, o texto deve ser coloquial, e o jornalista precisa ter em mente que está contando uma história para alguém; entretanto, existe uma diferença fundamental: o casamento da palavra com a imagem. E a sensibilidade do jornalista que vai fazer essa "união" atingir o objetivo de levar ao ar uma informação fácil de ser compreendida pelo telespectador (BARBEIRO; LIMA, 2013, p. 150).

No dia em que o noticiário foi analisado, o apresentador leu, ao vivo, três manchetes, em formato de nota, ou seja, sem imagens (RECORD NEWS, 2019a, transcrição nossa):

- Polícia prende mais um suspeito acusado de participar do massacre da Escola de Suzano.
- STF quer contratar um buffet de luxo por mais de um R\$ 1 milhão e há quem tente, numa liminar, derrubar a farra gastronômica de lá!
- Sérgio Cabral, o ex-governador do Rio, abre a boca e põe mais gente no furacão da Lava Jato<sup>27</sup>: “salve-se quem puder!”

A partir disso, as manchetes gravadas vão para o ar, intercalando texto e imagens, que são compostas por cenas de filmes e até por memes (RECORD NEWS, 2019a, transcrição nossa):

- Governo desata um nó para se abrir empresas no Brasil. Será que isso é capaz de alavancar a economia? Você vai ver!
- As maquininhas de cartão de crédito entram em concorrência e derrubam taxas cobradas de comerciantes. Vamos mostrar pra você um ranking.

---

<sup>27</sup> A Operação Lava Jato teve início em março de 2014 e apontou irregularidades na Petrobras e contratos vultosos, como o da construção da usina nuclear Angra 3. Por causa da complexidade do esquema, frentes de investigação foram abertas em vários estados, o que resultou na instauração de inquéritos criminais junto do Supremo Tribunal Federal (STF) e Superior Tribunal de Justiça (STJ) para apurar fatos atribuídos a pessoas com prerrogativa de função.

- Me engana que eu gosto: você lembra da marca Odebrecht? Pois é! Ela não existe mais. Agora eles são do bem e a marca mudou. *(entra peça publicitária do shampoo Colorama, da década de 1970, mostrando uma moça de voz desafinada: "Você se lembra da minha voz? Continua a mesma, mas os meus cabelos - quanta diferença!")* Vamos fiscalizar!
- Vamos também mostrar aqui os depoimentos dos engenheiros da Vale na CPI de Brumadinho, em Minas Gerais. Ouça aí! *(entra som de grilos)*.
- Banco do Brasil barra a entrada de um homem na agência porque ele estava descalço. O sapato tinha um salto de metal e a bendita portinhola do banco não girava. *(entra cena do filme O Senhor dos Anéis: A Sociedade do Anel, de 2001, em que o personagem Gandalf bate um cajado no chão e grita: "Não vai passar!")*.
- Uma advogada foi impedida de entrar no Fórum. Servidores disseram que ela estava com tudo de fora *(entra meme - homem de camiseta vermelha diz: "Como é que é?")* Afinal, o que significa isso? Dá uma olhada na foto! *(selfie de moça no espelho de um banheiro, usando blusa e calça pretas)*.
- Você acha que há um preconceito contra a vestimenta de mulheres em prédios públicos, por exemplo, como o Fórum? Mande aqui a sua opinião para a *live* do jornal, no Twitter @hbarbeiro, no Instagram @h.barbeiro e no Zap Zap [WhatsApp] (11) 942-128-782.
- Um trabalhador, impedido de participar de uma audiência no Fórum, vai ser indenizado. Um juiz não gostou que ele estivesse usando uma sandália havaianas, a legítima. *(entra cena de peça publicitária, da década de 1970, onde o personagem Apolônio, interpretado por Chico Anysio, diz: "Eu quero Havaianas, as legítimas!")*.
- Gaveta do Jornal da Record News: por onde andam os construtores dos prédios que desabaram no Rio de Janeiro? Um deles chama Zé do Rolo! *(entra meme da marmota gritando)*.
- Olha, se você pensa que a Justiça brasileira anda a passos de tartaruga, errou! Ela se arrasta como uma lesminha. Tem aí um processo que tramita há um século e ainda não foi julgado *(entra meme do Batman, da série de 1966, dizendo: "Eu não acredito no que eu ouvi!")*.

- Você acha que patinar de patinete elétrico nas avenidas da cidade é uma novidade, dá uma olhada nessa foto aí! (*entra foto envelhecida de uma mulher vestida de preto em cima de um patinete, no que parece serem os anos 1920*).
- No Alasca todo mundo tem direito a um cheque anual, no valor de R\$ 8 mil. É a famosa renda mínima anual. (*entra cena de várias senhoras sentadas, batendo palmas*).
- Maduro [presidente da Venezuela] desfila com militares para mostrar que não sai do poder. Guaidó diz que os protestos contra o governo vão continuar.
- Veja aí a nossa imagem do dia: é este venezuelano procurando comida em um lixão na fronteira com o Brasil.
- O Jornal da Record News também está em multiplataforma para você acompanhar. Através delas, você pode cobrar da gente a busca de isenção e busca de interesse público.

Então, a escalada é finalizada com a vinheta de abertura do JRNews (ver Figura 16c, neste capítulo).

**Live - reunião de pauta:** Logo após a vinheta de abertura, o apresentador explica que diariamente, a partir das 17 horas, acontecem *lives* - a primeira delas é um resumo da reunião de pauta realizada no início da tarde, com os temas que serão destaques no telejornal. Consideramos que nessa parte, o âncora chama o público para participar da transmissão na internet. Como já dissemos, esses elementos são nomeados de “chamada-plataforma”, que são conectores que chamam o público “para o consumo de conteúdos transmídias associados às notícias dadas no telejornal e que estão localizados em outras plataformas” (RÊGO, 2017, p. 43). É possível entender mais sobre o assunto neste capítulo, no item *Lives*.

**Desafio do dia:** No telão do estúdio, o apresentador chama o desafio do dia (Figura 13), onde destaca algumas frases de importantes escritores, jornalistas ou filósofos - uma espécie de mote<sup>28</sup> ou epígrafe para os telespectadores.

---

<sup>28</sup> Expressão frequentemente utilizada por jornalistas para designar tema, assunto, objeto ou argumento de um produto jornalístico.

Figura 13 - Exemplo de desafio do dia



Fonte: Barbeiro (2019a).

**Entrevistas:** Entre as principais atrações do JRNews estão as entrevistas, principalmente pela oportunidade de o convidado participar por um tempo maior de conversa, algo em torno de oito minutos, conforme elucida Aronchi de Souza (2015):

Os programas do gênero Entrevista permitem ao convidado e ao apresentador ficar sentados durante todo o tempo. Isso presume uma entrevista de duração mais longa do que aquelas normalmente realizadas em programas do gênero *talk show*<sup>29</sup> (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 234)

Com o uso cada vez mais variado do formato entrevista, “que também é um gênero da categoria informação” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 280), o telejornal ganhou repercussão ao utilizar três entrevistados por dia, o que resulta em até 15 convidados por semana. Durante a reunião de pauta ficam definidos temas que merecem uma análise mais elaborada, com a participação de convidados no estúdio ou por Skype.

Nem todos entendiam, por exemplo, que as entrevistas podiam ser feitas via Skype, o que dava um alcance maior e mais agilidade em atingir as fontes de notícias. Aos poucos o projeto foi se impondo com a participação ativa da equipe, que comprou a ideia e foi responsável pelas novas formas de emissão do jornal, pela escolha dos entrevistados (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

<sup>29</sup> O formato aparece como mais uma atração de vários gêneros, como variedades e auditório. Seu elemento principal é a descontração, que fica a cargo do apresentador (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 284).

Por meio do WhatsApp (11) 942-128-782 o público envia sugestões de perguntas e até pautas polêmicas para outros dias, criando mais um contrato de interação com a audiência. Assim, diversos assuntos - de política a tecnologia, de economia a saúde -, passam “pelas mãos” treinadas de Heródoto, que acumula mais de 30 anos de entrevistas “o que denota seriedade e compromisso com a verdade” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 234).

No dia analisado para esta pesquisa foram realizadas três entrevistas: no primeiro bloco, o diretor de marketing do Instituto Reclame Aqui, Felipe Paniago, explicou projeto que sugere que deputados e senadores devolvam milhas geradas com passagens pagas com dinheiro público. Esse foi um caso atípico em que o convidado ficou em pé para mostrar no telão do estúdio os detalhes do projeto Milhas do Povo. No bloco seguinte, a presidente da Comissão Nacional da Mulher da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Daniela Borges, respondeu, por Skype, sobre a situação em que uma advogada foi barrada por funcionários do Tribunal de Justiça de Rondônia por considerarem a roupa dela inadequada. E na terceira entrevista, no quarto bloco, o professor da Fundação Getúlio Vargas (FGV), Newton Campos, analisou, também por Skype, as dificuldades para abrir pequenas empresas no Brasil.

**Reportagens:** Outro diferencial são as reportagens autorais, definidas diariamente na reunião de pauta e construídas na redação pela equipe de editores de texto. Esse modelo foi colocado em prática após um estágio que Heródoto Barbeiro fez na CNN norte-americana. A jornalista Jessica Veloso (2022, informação verbal), que pertence à equipe de editores do JRNews há três anos e trabalha na Record News desde 2016, explica como ocorre o processo:

Chegávamos a um consenso do que seria interessante abordar naquele dia [...] os editores escreviam os textos, que passavam pela aprovação do [...] editor-chefe e, na sequência, seguiam para a edição de imagens. Depois de editado, os editores de textos checavam o VT para confirmar se estava tudo conforme a ideia inicial e os liberavam para que fossem ao ar (VELOSO, 2022, informação verbal).

A reportagem, de acordo com Larrondo Ureta (2009 apud MIELNICZUK *et al.*, 2015, p. 131-132), tem *design* flexível no ambiente digital e os jornalistas são desafiados a experimentar diferentes formas de contar histórias. Ainda conforme explica Larrondo Ureta (2009), “a reportagem hipermídia demonstra recursos



variáveis, mas também outros constantes, os quais indicam que estamos diante de um gênero hipertextual de grande riqueza narrativa, um gênero multimidiático de riqueza expressiva e um gênero polimórfico de grande riqueza estilística” (LARRONDO URETA, 2009 apud MIELNICZUK *et al.*, 2015, p. 132).

No caso do Jornal da Record News, essas reportagens têm uma duração maior, entre três e quatro minutos, diferentemente do formato em geral, de curta duração. Aronchi de Souza (2015) define que “o formato reportagem põe o repórter em evidência, narrando um assunto e fazendo entrevistas (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 282-283), mas as reportagens autorais do telejornal pesquisado evidenciam um texto sem a presença de um repórter, com o uso de recursos variados, como trechos de filmes e até memes, assim como acontece na escalada do noticiário. Nesse sentido, os conteúdos das reportagens também são transmidiáticos, por envolverem várias plataformas.

Figura 14 - Participação de estudantes de Jornalismo no estúdio da Record News



Fonte: Barbeiro (2019b).

**Intervalos interativos:** O jornal tem três intervalos comerciais na TV, mas continua ao vivo pelas redes sociais, sem conteúdo publicitário, com a participação dos internautas. As mensagens sobre os conteúdos do telejornal, enviadas durante a exibição na TV, são lidas pelo apresentador. Assim, a “audiência é estimulada a participar pela internet. O formato interativo é utilizado principalmente por programas que também aplicam o formato ao vivo” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 282). Essa interação existe desde a estreia do jornal, mas durante alguns anos outra estratégia também foi utilizada: o convidado continuava no estúdio para responder dúvidas ou

prolongar o tema no intervalo. Também aconteciam, esporadicamente, algumas visitas no estúdio, como as de estudantes de Jornalismo de universidades da cidade de São Paulo (Figura 14), que podiam vivenciar o funcionamento de um telejornal ao vivo e ainda participar com perguntas.

**Debate:** Eventualmente o telejornal demandava um debate “para aprofundar o tema e apresentar especialistas em assuntos” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 226).

O apresentador único caracteriza a maioria dos programas de debate. O formato mais frequente é o de mesa-redonda. Pode ainda apresentar pequenas reportagens que ilustram o tema, ou ainda entrevistas com um convidado principal, que vai debater com o público ou convidados, sempre com a mediação do apresentador (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 227).

Nesse caso, em caráter excepcional, toda a estrutura do JRNews é modificada e dois ou três convidados são chamados para participar no estúdio de um debate ao vivo, pressupondo “a discussão sobre um tema entre vários participantes, convidados e público” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 280), com pensamentos divergentes. Um exemplo é o debate (Figura 15) que analisou a decisão do Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) de negar recurso pedido pela defesa do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, em 26 de março de 2018.

Figura 15 - Debate sobre decisão do TRF-4 em março de 2018



Fonte: Barbeiro (2018c).

**Encerramento:** No final da edição, o apresentador agradece ao público, em nome dos técnicos e dos jornalistas do JRNews, convidando para a *live* que ocorrerá nas redes sociais após o término do noticiário na TV. Destaca-se, ainda no encerramento, algum fato ou acontecimento do dia. No jornal analisado foi feita uma homenagem aos 500 anos de Leonardo da Vinci, com memes da mais conhecida obra do artista: a Mona Lisa, exposta no Museu do Louvre, em Paris.

#### 4.1.1. Vinhetas

As vinhetas de abertura do telejornal tiveram poucas alterações entre maio de 2011 e junho de 2021, período analisado nesta dissertação. Aronchi de Souza (2015) define que esse é um formato classificado em vinheta de abertura e vinheta de passagem. “Programas de todos os gêneros utilizam o formato vinheta na abertura ou em meio à transmissão” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 286). Consideramos importante destacar que a intenção aqui não é explorar o *layout* e nem realizar uma análise semiótica, mas mostrar que o Jornal da Record News manteve a identidade visual por longos períodos, o que reforça as ideias de credibilidade e de confiabilidade. A primeira vinheta do pacote gráfico do jornal ficou no ar desde a estreia, em 2011, até meados de 2014 (Figura 16a).

Figura 16 (a, b, c, d) - Vinhetas de abertura do Jornal da Record News



Fonte: Record News (2021).

A partir daí, surge uma nova vinheta de abertura, com cores mais escuras e tons avermelhados, veiculada até meados de 2016 (Figura 16b). A abertura seguinte ficou no ar por quase cinco anos, entre 2016 e 16 de julho de 2021 (Figura 16c), apostando no cinza claro como destaque. E a vinheta com novas cores e estilo mais atualizado, com tons azulados, entrou no ar no dia da reformulação do formato do telejornal, em 19 de julho de 2021, durante a pandemia de Covid-19. Neste dia, o conteúdo editorial foi modificado - assim como os apresentadores, após pouco mais de dez anos da estreia do JRNews (Figura 16d).

## 4.2 Reunião de pauta

Como já citado, o conteúdo de bastidor mais utilizado pelo Jornal da Record News é a transmissão das reuniões de pauta pela internet. Nesse processo, uma *live* anuncia, informalmente, de segunda-feira a sexta-feira, após às 16 horas, quais os temas que serão destaques do jornal, além dos possíveis convidados que participarão da edição algumas horas depois. No início as reuniões duravam cerca de dez minutos e eram transmitidas pelo Facebook da Record News e de Heródoto Barbeiro, com link disponibilizado no Twitter da emissora e do apresentador.

Essa *live* passou por modificações e, entre 2019 e 2021, era transmitida pelo Facebook, Periscope (plataforma de *streaming* do Twitter) e Instagram. O processo ocorreu até o início de março de 2020, antes do estado de calamidade pública em razão da Covid-19 ser decretado no Brasil. Depois, até junho de 2021, o apresentador Gustavo Toledo assumiu essa função de conversar com os internautas. Consideramos válido explicar que as pautas apresentadas na reunião de pauta virtual, e que iriam ao ar mais tarde no jornal, podiam mudar conforme os fatos do dia - questão que era explorada pelos participantes da *live*.

Durante essa reunião o público pode acompanhar outros jornalistas trabalhando nos computadores da redação ao fundo, em função das paredes da sala de reunião serem de vidro, o que transmite a ideia de transparência. “É possível observar o quanto o trabalho é feito em equipe” (RÊGO, 2017, p. 96), permitindo perceber o papel que cada um dos jornalistas desempenha no telejornal (RÊGO, 2017, p. 97).

O projeto foi à frente com a adesão de toda a equipe, que deixou o bastidor, e passou a descrever para o público qual a reportagem que iria construir com crédito para o autor. O trabalho da [jornalista] Amanda Damião foi fundamental para pôr no ar a reunião de pauta, com celulares dos jornalistas e pedestais e microfones comprados por mim. Toda a equipe passou a ter presença no ar antes, durante e depois do jornal, quando um [dos membros da equipe] era convidado para os 15 minutos finais nas redes sociais. Creio que isto foi uma ideia pioneira, como tantas outras (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

Os conteúdos transmídias fazem o público imergir no universo de produção do telejornal, na tentativa de aproximar os internautas da equipe, como se fossem integrantes daquele universo por meio da interação pelas redes sociais (RÊGO, 2017, p. 97). Isso passa para o público uma sensação de intimidade, gerando proximidade, o que reforça a imagem de confiabilidade da equipe (RÊGO, 2017, p. 97).

Figura 17 - Reunião de pauta ao vivo com destaques do dia



Fonte: Barbeiro (2019c).

Na transmissão da reunião de pauta pela internet (Figura 17) os jornalistas leem perguntas e opiniões do público sobre os assuntos que estão discutindo, além dos comentários mais informais, principalmente com cumprimentos e pedidos de abraço para Heródoto Barbeiro ou elogios à programação da Record News. Acreditamos que isso reforça a imagem de proximidade com a audiência e de um telejornal participativo. Veloso segue na mesma direção:

As reuniões de pauta foram um marco do jornal por anos. Particpei ativamente delas e sempre achei que expondo esse tipo de bastidor a gente conseguia fidelizar ainda mais o público. Quando você expõe um processo, você mostra para todos que estão assistindo, que eles podem fazer parte daquilo. Ou melhor, que eles fazem parte daquilo (VELOSO, 2022, informação verbal).

### 4.3 Lives

O JRNews aperfeiçoou o formato de jornal conectado, investindo em *lives* em diversas plataformas, ampliando o perfil multiplataforma do telejornal, transmitindo conteúdos também pela internet, por meio das redes sociais.

Algumas empresas emitem em transmídia, isto é, em várias plataformas simultaneamente, como o Jornal da Record News. [...] começa na internet 10 minutos antes, continua nos intervalos da TV, com a participação dos internautas e do entrevistado, e segue por mais 15 minutos depois de ter sido encerrado na TV (BARBEIRO; LIMA, 2013, p. 42).

**Live 17 horas:** Após a reunião de pauta, uma outra *live* acontecia, às 17 horas, em um estúdio do Portal R7, montado para as gravações do site. A equipe de jornalistas se deslocava até o local para anunciar ao vivo, pelo Facebook, Twitter e Instagram, temas que estariam no ar à noite, além de interagir com os internautas (Figura 18).

Figura 18 - Live JRNews com participação da equipe de jornalistas



Fonte: Barbeiro (2019d).

O público do jornal sempre foi muito fiel em relação à audiência. As redes sociais funcionavam como uma forma de conexão ainda maior das pessoas com o jornal e, principalmente, com a equipe. Nós, com certeza, conseguimos fazer com que os telespectadores entendessem a proposta. Por lá nós interagíamos diretamente com o nosso público. As plataformas digitais nos possibilitavam conhecer melhor os telespectadores e, por meio delas, recebíamos sugestões, críticas e ideias. Dificilmente nós não recebíamos um retorno do público. Mesmo que fosse para debater assuntos aleatórios ou matar a curiosidade sobre a trajetória do Heródoto, sempre tivemos algum tipo de retorno (VELOSO, 2022, informação verbal).

**Live pós-jornal:** Já no fim do telejornal, a equipe participava de mais uma *live* nas redes sociais para comentar os conteúdos exibidos na TV. Essa interatividade com o

público ocorria por cerca de 15 minutos, ao vivo, no Facebook, Periscope (plataforma de *streaming* do Twitter) e Instagram. Heródoto comentava os principais fatos do dia e lia as mensagens enviadas pelos internautas, geralmente opiniões sobre as entrevistas e reportagens, cumprimentos e saudações à equipe (Figura 19). Eventualmente algum comentário se transformava em pauta.

Figura 19 - Live pós-jornal com participação de equipe do JRNews



Fonte: Barbeiro (2019e).

#### 4.4 Edições especiais

Desde o início do Jornal da Record News, em 2011, a Record aproveitava as oportunidades de mostrar o canal com estrutura voltada para o Jornalismo, criando edições especiais<sup>30</sup>. Assim, durante os Jogos Pan-Americanos, em outubro de 2011, o Jornal da Record News foi transmitido direto de Guadalajara, no México. Com a cobertura exclusiva do principal evento esportivo das Américas, a emissora montou um estúdio de 750m<sup>2</sup> no Centro de Imprensa do evento, com um amplo *newsroom*, ilhas de edição, *switchers* de exibição, estações de trabalho, além de um estúdio para a programação da Record News, com entrevistas com os personagens que participavam dos Jogos Pan-Americanos de Guadalajara (Figura 20). As disputas também foram transmitidas pela internet, simultaneamente no portal R7.

<sup>30</sup> No Brasil, os especiais são produções exclusivas e inéditas apresentadas pelas emissoras como programas diferenciados, que podem ser de vários gêneros (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 46). Os mais comuns são os documentários, entrevistas com personalidades e reportagens exclusivas (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 268).

Figura 20 - Heródoto Barbeiro nos Jogos Pan-Americanos no México



Fonte: Record News (2011).

O mesmo ocorreu nos meses de julho e de agosto de 2012, quando o Jornal da Record News foi transmitido, ao vivo, dos Jogos Olímpicos de Londres. Desta vez, o apresentador também realizou reportagens na capital da Inglaterra (Figura 21), como a que mostrou a arquitetura e o valor histórico da Catedral de Westminster (R7. RECORD NEWS, 2012b). Era uma espécie de quadro, intitulado Por Dentro da História, em função da carreira de Heródoto Barbeiro como historiador. O telejornal seguiu com transmissão simultânea pela TV e pelo portal R7, com vídeos exclusivos da maior disputa esportiva do mundo.

Figura 21 - Reportagem sobre a história da Catedral de Westminster, em Londres



Fonte: R7. Record News (2012b).

No dia 21 de outubro de 2014 o JRNews completou 900 edições e obteve a maior audiência do ano, ficando em quarto lugar na sua faixa de exibição. Na ocasião,



o ministro da Fazenda, Guido Mantega, foi entrevistado no estúdio da emissora no bairro da Barra Funda, em São Paulo. E ao completar mil edições, em 20 de março de 2015, o Jornal da Record News exibiu uma entrevista exclusiva com o ex-presidente da República, Fernando Henrique Cardoso, direto da casa dele, em São Paulo (Figura 22). Neste período, o apresentador e os comentaristas do jornal também realizaram palestras em universidades de São Paulo e receberam estudantes no estúdio da emissora. Em destaque, o formato transmídia e os conteúdos multiplataforma do noticiário.

Figura 22 - Entrevista com o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso em comemoração à milésima edição do JRNews



Fonte: R7. Tudo Record (2012).

Outro ponto são as comemorações pelo aniversário do JRNews, feitas fora do estúdio de TV. Em 25 de maio de 2016, ao completar cinco anos, um *talk show* gratuito foi realizado em uma livraria na Avenida Paulista, em São Paulo. O apresentador, os comentaristas e a equipe da Record News falaram sobre o tema “Rumos do Brasil” (Figura 23a). No ano seguinte, em 25 de maio de 2017, mais um *talk show*, em parceria com a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), destacou “A Mídia: Presente e Futuro” (Figura 23b). No evento, convidados discutiram o futuro da televisão, as influências recebidas das novas tecnologias e a importância da credibilidade da informação. Já em 2018, ao completar sete anos no ar, apenas um *card* sobre a data foi publicado nas redes sociais da emissora (Figura 23c).

Figura 23 (a,b,c) - Comemorações de aniversário do JRNews



Fonte: Record News (2016-2018).

Outro destaque são as coberturas especiais, como por exemplo, a morte do apresentador de televisão, Augusto Liberato, mais conhecido como Gugu<sup>31</sup>, no dia 22 de novembro de 2019. Na ocasião, o jornal estava no ar quando a família do artista anunciou a morte e toda a estrutura foi modificada com o noticiário ao vivo - a equipe fez alterações no espelho (uma espécie de mapa do que será apresentado) e toda a edição foi dedicada ao apresentador. Os conteúdos transmidiáticos tiveram boa repercussão tanto na TV quanto nas redes sociais.

#### 4.5 TV Pindorama

Valendo-se da condição de um telejornal transmídia, a equipe começou a produzir conteúdos que pudessem, também, ser veiculados nas redes sociais, após a exibição na TV. Foi assim que em 12 de julho de 2013 ocorreu a primeira exibição da TV Pindorama (R7. JORNAL DA RECORD NEWS, 2014), uma charge exibida às sextas-feiras com um resumo bem-humorado - e irônico -, dos principais

<sup>31</sup> Morto aos 60 anos em consequência de traumatismo craniano, dois dias após cair do forro de sua casa na Flórida, nos Estados Unidos.

acontecimentos políticos da semana (Figura 24). Barbeiro (2022, informação verbal) explica de onde veio a ideia em torno da emissora de TV fictícia:

Os veículos de comunicação, geralmente, têm charges eletrônicas ou não. O modelo veio da rádio Sucupira que teve oportunidade de fazer parte da equipe de criação. Com anuência da TV Globo, recebi as sonoras da novela Bem Amado, onde a estrela é o prefeito Odorico Paraguaçu. Fez um grande sucesso e encerrava o Jornal da CBN às sextas-feiras. Imaginei fazer a mesma coisa com o personagem Bronco Dinossauro, do Ronald Golias, da série Família Trapo da Record. Não encontrei arquivos suficientes na emissora (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

Segundo Barbeiro (2022, informação verbal) “a equipe construía os materiais com os principais assuntos da semana”, utilizando imagens do filme Policarpo Quaresma, Herói do Brasil, de 1998, de Paulo Thiago - inspirado na obra Triste Fim de Policarpo Quaresma (1915), de Lima Barreto.

Figura 24 - Imagem da vinheta do quadro TV Pindorama



Fonte: R7. Jornal da Record (2014).

A jornalista Aline Soares (2022, informação verbal) elogia o projeto e conta parte do seu trabalho:

[...] foi um privilégio participar e tenho orgulho de ter encabeçado o projeto. [...] Havia um pedido do Heródoto de trabalharmos o humor nos VTs, como ele fazia na Rádio [CBN]. Ouvi os materiais do Heródoto e fui atrás de programas de humor da Record que tivessem um conteúdo crítico. Como não tínhamos nada de arquivo [na Record], comecei a buscar filmes brasileiros que retratassem história com uma visão crítica. Intercalávamos sonoras atuais da política com cenas do filme. Peguei autorização com a distribuidora e nasceu o quadro (SOARES, 2022, informação verbal).

## 4.6 Talentos

Entre 2014 e 2017, mais uma novidade multiplataforma: uma apresentação musical, chamada JRNews Talentos, era transmitida pelo Portal R7 e antecipava o Jornal da Record News, de segunda-feira a sexta-feira, por volta das 20h20. Depois era reapresentado aos sábados ou aos domingos, às 21 horas, mesmo horário do telejornal durante a semana (Figura 25).

Figura 25 - Imagem da vinheta de reexibição do JRNews Talentos aos fins de semana



Fonte: Record News (2016a).

A apresentação [musical] que fechava o jornal era ao vivo. Os artistas esperavam terminar o jornal para tocar, geralmente com músicos alternativos, e às vezes com um ou dois minutos no ar. Ocorreu-me gravar a música antes do jornal [ir para o ar], dispensar os músicos e usar no fim do jornal (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

O que chamava a atenção do público era a informalidade do apresentador durante as entrevistas, além das imagens de bastidores exibidas pela internet. No fim do noticiário o quadro musical era brevemente mostrado na TV e continuava a ser exibido pela internet após o término da transmissão televisiva. Barbeiro confessa que foi a primeira vez que atuou desta forma:

Graças ao trabalho da [jornalista] Vânia Souza, foi possível gravar uma banda nova cada dia. Assim a direção aceitou que [os materiais] fossem editados e formassem um programa que ia ao ar aos sábados, com o nome de Talentos. Para mim foi uma experiência extraordinária: entrevistar os artistas, apreciar as apresentações ao vivo, um trabalho que nunca havia feito (BARBEIRO, 2022, informação verbal).

Destacamos aqui o conteúdo extra do telejornal - que poderia ser utilizado somente no dia de exibição, mas que se tornou um programa a mais na grade da emissora. Mais de 800 artistas de diferentes gêneros se apresentaram no JRNews Talentos (Figura 26), com destaque para grandes nomes da Música Popular Brasileira como Erasmo Carlos, Dominginhos, Renato Teixeira, Guilherme Arantes, Cidade Negra, Genival Lacerda, Benito Di Paula, Tom Zé, entre outros.

Figura 26 - Apresentações musicais no JRNews Talentos



Fonte: Record News (2016b).



Fonte: Record News (2017).

#### 4.7 Prêmio Faísca de Ouro

Assim como a TV Pindorama, já citada anteriormente, o Jornal da Record News utilizava da ironia para informar os telespectadores - essa é uma das marcas nas reportagens e conteúdos do telejornal. Um outro exemplo foi o Prêmio Faísca de Ouro (RECORD NEWS, 2018) - idealizado pelos editores do JRNews e que premiava grandes nomes da política nacional no último jornal do ano (Figura 27a), utilizando como referência o Oscar, o prêmio mais famoso do cinema mundial (Figura 27b). Neste caso, em vez de levar uma estatueta, o premiado apenas era citado e supostamente receberia um troféu, simbolizado pelo gato da sorte japonês<sup>32</sup>. Em três edições, entre 2017 e 2019, o público acompanhou os melhores (ou piores) momentos de diversas categorias, criadas pelos editores do JRNews. O Prêmio Faísca de Ouro foi criado para representar situações políticas que chamavam a atenção da equipe e até do público durante o ano. Em meados de dezembro eram definidos quais políticos levariam a premiação no último jornal daquele ano.

<sup>32</sup> Conhecido no Japão como *maneki neko*, o objeto pode ser encontrado em lojas e lares do país asiático. Em geral, está com uma pata no ar, com a palma para baixo, como se cavasse.

Figura 27 (a e b) - Prêmio Faísca de Ouro, em 2017 e 2019



Fonte: Record News (2018).

Record News (2020).

As categorias mudaram em todas as edições, mas seguiam o mesmo critério: relembrar as personalidades que demonstraram “muita vontade” de trabalhar pelo bem do Brasil. Os temas iam de “Sorria, você está sendo filmado”, “Escondeu, mas acharam”, “Delatores arrependidos”, até “Melhor jeito de resolver os problemas” e “Melhor confronto do ano”. A ideia da premiação surgiu porque, na vida pessoal, o apresentador tem um gato preto, chamado Faísca - na TV esse era um pseudônimo para falar de assuntos mais polêmicos, principalmente sobre política no Brasil.

#### 4.8 Faísca

Como já descrito, logo na abertura do JRNNews, diariamente, um gato analisa ou explica alguma pauta que envolve Brasília, a Câmara dos Deputados, o Senado ou o Palácio do Planalto. Nessa parte o apresentador usa o gênero Opinativo, que “está comprometido com a produção de juízo de valor” (RAMOS; PORCELLO, 2006, p. 64). Junto dessa análise - geralmente com ironia, há uma charge feita pelos editores, que se torna formato na TV ao focar “questões políticas e assuntos de interesse público” (ARONCHI DE SOUZA, 2015, p. 141).

O uso da charge demonstra que o telejornal investe em conteúdos transmidiáticos, pois esse trecho ainda é replicado nas redes sociais, como Facebook, Twitter e/ou Instagram de Heródoto Barbeiro ou da Record News (Figura 28). Faísca também é conhecido como o anti-herói do Jornal da Record News. Além disso, a partir de uma campanha realizada em agosto de 2018, a personagem foi eleita presidente do fictício Partido dos Gatos Gatunos (PGG), uma provocação feita pelo apresentador às dezenas de partidos existentes no Brasil.

Apresentamos quatro textos que exemplificam a abertura do Jornal da Record News, abrangendo dos dias 4 de setembro a 8 de outubro de 2019 nos quais Heródoto Barbeiro explora situações que estavam em destaque no dia e, às vezes, as notícias

até seriam analisadas ou reportadas durante o telejornal. Os textos antecipavam a escalada com os principais assuntos da edição<sup>33</sup>.

Figura 28 - Conteúdos de Fáiça publicados no Instagram após veiculação na TV



Fonte: Barbeiro (2018d);

Barbeiro (2018e).

No dia 04 de setembro de 2019 Fáiça questionou a chamada Lava Gato (RECORD NEWS, 2019b) (Figura 29a), uma alusão à Operação Lava Jato, iniciativa de combate à corrupção e lavagem de dinheiro no Brasil, que investigou a participação de agentes públicos, empresários e doleiros em organizações criminosas. Além disso, no mesmo dia, a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das Fake News foi instalada para investigar a divulgação de notícias falsas e a utilização de perfis falsos com objetivo de influenciar os resultados das eleições de 2018 (VEJA, ESTADÃO CONTEÚDO, 2019).

“Chega de CPI”, proclama Fáiça, o anti-herói do Jornal da Record News. Principalmente quando eles querem abrir a CPI do Lava Gato. Com isso, não só o Fáiça está abalado, mas toda a bancada do PGG, o Partido dos Gatos Gatunos. Eles temem que aquela empreiteira do mal, faça mais uma deleção premiada e entregue todos. Afinal, eles não negam que receberam uns

<sup>33</sup> O conceito de edição pode ser classificado de forma geral como “todo o processo de produção de uma obra, desde o recebimento do texto original até a impressão [...]. Atualmente, o produto do processo de edição pode não ser um objeto impresso, mas uma obra em tecnologia digital, para ser lida em dispositivos específicos” (RIBEIRO, 2010, p. 438).

presentinhos da empreiteira, como a ração de primeira - que foi degustada em mesas de bares em Paris, Roma e nos Emirados Árabes. Afinal, quem tem medo da CPI do Lava Toga? Mande para mim, através das redes sociais da Record News (RECORD NEWS, 2019b, transcrição nossa).

Figura 29 (a,b,c,d) - Exemplos de charges do Faísca, exibidas em 2019.



Fonte: Record News (2019).

Em 10 de setembro, o assunto principal não foi relacionado à política, mas ao lançamento de três modelos do celular iPhone 11, apresentados pela Apple, na época, com diversas novidades, conforme notícia veiculada na época (O GLOBO, 2019). No texto “Faísca já tem um novo iPhone” (RECORD NEWS, 2019c) (Figura 29b), a ironia política não poderia faltar:

“Não resisto a um novo iPhone”, diz o Faísca, o anti-herói do Jornal da Record News. Ele já se abalou para Nova York, mas não vai ficar na fila na frente da loja da Apple. Para isso ele conta com o apoio da bancada do PGG, o Partido dos Gatos Gatunos. Graças ao fundo partidário, pago pelo distinto público, todo mundo viajou para os States. De classe executiva, é claro. E o Faísca de primeira classe com direito a uma semana de hospedagem no Waldorf Astoria. Canalizar impostos para manter partidos políticos é uma boa prática? Mande para mim através das redes sociais da Record News (RECORD NEWS, 2019c, transcrição nossa).

No dia 26 de setembro o destaque foi a compra de milhares de pães pelos vereadores paulistanos. Faísca mandou trocar o tradicional pãozinho por sardinha fresca (RECORD NEWS, 2019d) (Figura 29c), questionando a contratação de uma empresa para fornecer quatro toneladas de pão francês por ano para a Câmara Municipal de São Paulo, o que custou R\$ 47 mil para os cofres públicos segundo



notícias veiculadas na época (SP2; G1, 2019). O gato até colocou o presidente da França, Emmanuel Macron, no imbróglio:

“Nada de pãozinho francês, queremos sardinha fresca”, diz Faísca, o anti-herói do Jornal da Record News. A Câmara Municipal de São Paulo comprou 80 mil pãezinhos para os vereadores. Jamais, ainda por cima pãozinho francês, da padaria do [Emmanuel] Macron, que quer tomar a Amazônia? “Nada disso”, proclama o Faísca, vai mandar substituir por sardinhas frescas do Mercado. Toda a bancada do PGG, o Partido dos Gatos Gatunos, já lambe os beijos com o lanche pago pelos paulistanos. Será que o salário dos vereadores é tão baixo que não dá para comprar pãozinho? Mande sua opinião para mim, através das redes sociais da Record News (RECORD NEWS, 2019d, transcrição nossa).

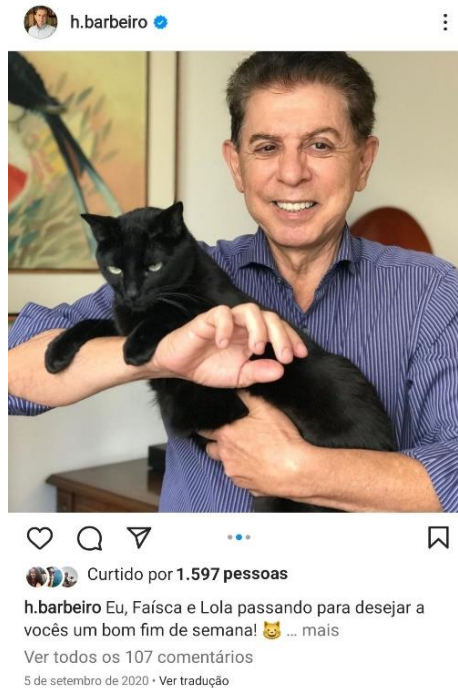
E em 8 de outubro de 2019, o anti-herói do JRNews revelou que queria virar produtor de laranjas (RECORD NEWS, 2019e) (Figura 29d), ironizando o uso do nome de mulheres para um esquema de desvio de verbas eleitorais. Na época, a Folha de S. Paulo publicou uma série de reportagens sobre o envolvimento do então ministro do Turismo, Marcelo Álvaro Antônio, em um esquema de candidaturas de fachada no Partido Social Liberal (PSL). O ministro teria patrocinado o repasse de R\$ 279 mil a quatro supostas postulantes à Câmara dos Deputados e à Assembleia Legislativa de Minas Gerais. Nenhuma delas disputou o pleito e parte do dinheiro foi empenhada em serviços fictícios de empresas ligadas a Álvaro Antônio e assessores, como se observou em conteúdo divulgado pela imprensa, na época (FOLHA DE S. PAULO, 2019a).

Faísca, o anti-herói do jornal da Record News, avisa ao distinto público que virou empresário. Ele vai entrar para o setor de produção de laranjas. Mas não do agronegócio, e sim das verbas que bancam as campanhas eleitorais. Ele abriu inscrição para mulheres laranja, que queiram emprestar apenas o nome. Com isso, o PGG, Partido dos Gatos Gatunos, lança as unhas no fundo partidário e deixa as candidatas no laranjal. Na sua opinião, como impedir que o dinheiro dos nossos impostos vá parar no bolso dos vilões? Mande para mim, pelas redes sociais da Record News (RECORD NEWS, 2019e, transcrição nossa).

O interessante também é verificar que a popularidade de Faísca faz com que os telespectadores solicitem que Heródoto Barbeiro mostre fotos reais do animal na televisão e nas redes sociais (Figura 30) - mais um exemplo da força do conteúdo transmidiático. No fim das contas, a representação do gato contribui para a melhor compreensão da notícia, como explica Veloso:

Os personagens ajudavam as pessoas a entender de forma mais dinâmica conceitos que muitas vezes não eram tão fáceis de serem explicados. Nós sempre utilizávamos o Faísca ou a Marmota para falar sobre temas polêmicos, de forma simples e bastante explicativa (VELOSO, 2022, informação verbal).

Figura 30 - Apresentador atende telespectadora e exhibe foto com gato Faísca



Fonte: Barbeiro (2020).

#### 4.9 Marmota

Outra iniciativa idealizada pelos editores foi a escolha de outro mascote para substituir o gato que expressava opiniões, no período em que o apresentador Heródoto Barbeiro esteve fora do estúdio. Assim, decidiu-se que a Marmota (Figura 31), meme bastante usado nas reportagens do jornal, assumiria o cargo de vice-presidente do PGG, já citado anteriormente, trazendo outra visão sobre acontecimentos do dia, mas com o mesmo tom irônico do Faísca. Seria também uma forma de vincular a personagem ao apresentador Gustavo Toledo, que substituíra Barbeiro nessas ocasiões, conforme explica:

A ideia de usar a marmota foi de algum dos editores [...] e foi divertidíssimo. Afinal, eram textos opinativos, mas com bastante ironia e, portanto, podíamos extrapolar na criatividade. No começo eu temia não ter assunto para fazer o quadro, mas “Brasil é Brasil” e sempre tínhamos material farto para as paródias (TOLEDO, 2022, informação verbal).

Para exemplificar, trazemos um texto com a utilização da imagem da Marmota no dia 22 de maio de 2019 (Figura 31d). No mesmo esquema adotado por Barbeiro, Toledo também explora notícias do dia, como a do então governador do Rio de Janeiro, Wilson Witzel, que adicionou ao currículo Lattes um período na Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, sem nunca ter sido aluno de tal instituição. Na mesma época, a química e professora Joana D'Arc Félix também citou no currículo acadêmico que estudou em Harvard, o que depois foi desmentido, como se pode acompanhar pela imprensa (FOLHA DE S. PAULO, 2019b). A seguir o trecho no qual Toledo abre o noticiário:

A marmota acaba de se formar em Harvard. Pois é! Ela conseguiu o diploma de Gestão de Gatos e Negócios. A grande verdade é que o curso foi online e, também é verdade que ela não assistiu nenhuma aula... o 4G não funcionou! E ela não aparece no cadastro de alunos da renomada universidade norte-americana. Mas isso são coisas menores. Afinal, hoje em dia o que vale é falar que fez o curso e não, necessariamente ter sido aluno, não é mesmo governador Wilson Witzel e professora Joana D'Arc?! Na sua opinião, por que as pessoas acabam mentindo no currículo, mesmo aquelas que não precisam? Mande a sua mensagem aqui nas nossas redes sociais (RECORD NEWS, 2019f, transcrição nossa).

Figura 31 (a, b, c, d) - Exemplos de charges da Marmota, exibidas em 2019



Fonte: Record News (2019).

#### 4.10 Mudanças com a pandemia

O apresentador Heródoto Barbeiro ficou à frente do Jornal da Record News por quase nove anos, desde a estreia, em maio de 2011, até março de 2020, início das medidas de isolamento no Brasil, em função da pandemia de Covid-19. Em seu lugar, assumiu o jornalista Gustavo Toledo, que já apresentava o telejornal em substituição a Barbeiro (Figura 32), cobrindo períodos de férias desde o fim de 2017.

Particpei de algumas coberturas como repórter especial. Nessas ações que tive meu primeiro contato com o Jornal da Record News. [...] Depois comecei a cobrir férias e folgas do Heródoto até chegar ao posto de apresentador oficial. A grande questão era a responsabilidade de substituir HB [Heródoto Barbeiro]. O jornal, em si, era divertido de fazer e desafiador por causa das entrevistas ao vivo, mas o que causava mais receio era como o telespectador me receberia e como eu receberia as críticas deles (TOLEDO, 2022, informação verbal).

Figura 32 - Gustavo Toledo substitui Heródoto Barbeiro na apresentação do JRNews



Fonte: Record News (2021).

Após o jornal completar dez anos, em maio de 2021, e com o decreto de estado de calamidade pública ainda em vigor no país, o nome do jornalista Augusto Nunes foi anunciado para a apresentação do JRNews; e Heródoto Barbeiro passou a ser comentarista, de forma remota, por Skype, continuando o que já fazia desde o início da pandemia. De acordo com Barbeiro (2022, informação verbal), foi “uma boa e nova experiência ser comentarista do jornal”, exigindo outra preparação. Em julho do mesmo ano foi confirmado que a jornalista Camila Busnello, repórter da RecordTV, faria parte da bancada do telejornal, junto com Nunes, e que a estreia aconteceria no dia 19 do mesmo mês (Figura 33). Além dessa alteração, o jornal passou a contar com um novo editor-chefe, segundo narra Veloso:

Com essa transição na apresentação e na chefia do jornal, também ocorreu uma mudança no modo de se fazer o JRNews. O Heródoto manteve a sua marca registrada nos comentários dele, mas a rotina e o conteúdo do jornal

mudaram. [...] passou a abordar mais conteúdos factuais. Assim como o Heródoto gostava de afirmar, o JRNews era um programa e, após a pandemia, se tornou um jornal *hardnews* (VELOSO, 2022, informação verbal).

Em razão das mudanças, o noticiário ganhou nova vinheta (ver Figura 16d, neste capítulo), novo pacote gráfico e novo cenário, novamente com bancada - assim como na época da estreia do telejornal. Mudou, ainda a estrutura, com modificações no formato das reportagens e da escalada. Um *slogan* anunciava “a opinião que provoca opinião”.

Figura 33 - Card anuncia mudanças no Jornal da Record News



Fonte: Jornal de Brasília (2021).

Entretanto, no dia 21 de julho, dois dias após as modificações, Nunes pede afastamento temporário do JRNews, alegando razões pessoais; e no dia 26 de julho, pede para sair definitivamente do telejornal. Em comunicado enviado à imprensa, no dia 28 de julho de 2021, o Grupo Record confirmou a saída:

O Grupo Record informa que Augusto Nunes permanece como comentarista do Jornal da Record, exibido pela Record TV. Entretanto, em comum acordo com a empresa, o jornalista solicitou o afastamento das demais funções em que atuava, a Diretoria de Redação do R7 e a apresentação do Jornal da Record News (ALTA DEFINIÇÃO, 2021).

Toledo confirma que voltou a ocupar o cargo de apresentador, completando a dupla com Busnello (Figura 34):

A trajetória para assumir o jornal acabou acontecendo de maneira gradual, pouco a pouco. O período também trouxe mudanças na direção do canal que trouxe uma empolgação maior para mudanças e novidades, tanto na programação quanto na equipe (TOLEDO, 2022, informação verbal).

Figura 34 - Novos apresentadores do Jornal da Record News



Fonte: Ricco (2022).

## 5 CONCLUSÃO

A pesquisa apresentada nesta dissertação analisou como o telejornal da Record News utiliza elementos da narrativa transmídia, nos termos cunhados por Henry Jenkins (2009a), no fim dos anos 2000, e verificou como o noticiário de um canal aberto de TV incorpora estratégias de integração entre mídias. O período analisado na pesquisa representa os primeiros dez anos do referido telejornal, compreendendo a estreia, em 23 de maio de 2011, até 30 de junho de 2021, durante a pandemia de Covid-19. Em julho de 2021, porém, o conteúdo editorial passou por alterações e um novo formato de telejornal substituiu o modelo mantido por pouco mais de dez anos no ar, com a apresentação do jornalista Heródoto Barbeiro, responsável pela interação por meio dos mecanismos transmídia por quase nove anos.

Observa-se, ao término da pesquisa, que em função das mudanças na relação entre a TV e novas tecnologias, o público pode (re)ver, repercutir e compartilhar conteúdos televisivos por meio das redes sociais - parte disso se deve à possibilidade transmidiática desses produtos e ao desenvolvimento tecnológico do período. Assim, as emissoras de televisão passaram a tratar a internet também como aliada na busca desenfiada pela audiência, oferecendo material extra relacionado aos temas abordados em telejornais como, por exemplo, o que, neste âmbito, propicia mais interação com os telespectadores e os internautas.

Portanto, as emissoras passam a adotar estratégias transmidiáticas baseadas na integração de meios de comunicação e em conteúdos complementares. E por meio do estudo de caso do Jornal da Record News, que se intitula o primeiro telejornal multiplataforma do Brasil, constatou-se que é cada vez mais comum essa elaboração de conteúdo transmídia na TV.

No início da pesquisa foram encontradas dificuldades para relatar e, até estruturar como o telejornal coloca em prática a transmidialidade, pelo fato de o autor ter exercido a função de editor do JRNews por dois anos (entre junho de 2017 e janeiro de 2020); e entre julho e dezembro de 2021, o cargo de editor-chefe. No entanto, com o auxílio da metodologia da história oral, a partir das entrevistas com funcionários e diretores da emissora de TV, compreende-se que este trabalho pode ser relevante para a área de pesquisa, para futuros pesquisadores buscarem informações sobre os primeiros dez anos do referido telejornal e do uso de estratégias transmídias.

A pesquisa foi fundamentada pela observação sistematizada e embasada por estudos sobre o telejornalismo e a narrativa transmídia, o que permitiu a melhor compreensão do trabalho desenvolvido pela equipe do Jornal da Record News. A equipe da emissora produziu diversos conteúdos multiplataforma com reportagens autorais e com entrevistas aprofundadas sobre temas em destaque na imprensa nacional, repercutindo amplamente esses produtos nas redes sociais.

Com o objetivo de estruturar dados e contribuir para o avanço dos estudos na área, a presente pesquisa trabalhou os principais conceitos dos autores que ofereceram uma base teórica substancial, principalmente Jenkins, como já citado. A partir disso, conclui-se que o Jornal da Record News pode ser considerado um produto transmidiático - entre os exemplos estão as *lives*, que compõem a rede de contatos com o público, e a reunião de pauta, que confere proximidade com os internautas e que, em grande parte, corrobora a ideia de multiplataforma e que foram discutidas nesta dissertação. Tais mecanismos ajudam a construir a imagem transmídia do telejornal perante o público, reforçando os contratos de comunicação entre o noticiário e a audiência, tanto na TV quanto na internet.

Conclui-se, ainda, que a característica de entregar conteúdos transmidiáticos foi mantida para o público até durante a pandemia como estratégia de comunicação entre produtores e consumidores de conteúdo midiático multiplataforma, como, por exemplo, preconiza Jenkins (2009a). Entretanto, após uma mudança editorial, que coincide com as comemorações dos dez anos do noticiário, houve alterações significativas nessas interações com a audiência. Ou seja, o Jornal da Record News se manteve transmídia durante uma década. Em função disso, entende-se que após o surgimento da narrativa transmídia, o jornalismo jamais foi o mesmo, tanto do ponto de vista comercial quanto de produção de conteúdo.

A pesquisa apresentada não se dá por finalizada e, a partir da organização, da reflexão, da exposição das características e das estratégias utilizadas no objeto em estudo, afirma-se que, em decorrência da evolução dos recursos midiáticos digitais e da disseminação multiplataforma, um vasto campo se apresenta para ser devidamente registrado, ampliando a continuidade da pesquisa.



## REFERÊNCIAS

ABREU E LIMA, Luísa. A Linguagem do Telejornal: um estudo sobre os seus modos de organização a partir dos principais telejornais da Rede Globo. 2016. **Tese** (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2016.

ADAMI, Antonio. **La industria de los medios de comunicación en Brasil, la cultura y los nuevos desafíos económicos y comunicacionales**. Anuario de la Comunicación 2012 - DIRCOM, v. 1, p. 112, 2012.

\_\_\_\_\_. Produção e memória radiofônica de São Paulo como Patrimônio Cultural Imaterial. **Documentación de las Ciencias de la Información**, Madrid, v. 43, p. 57-62, 2020. DOI: <https://doi.org/10.5209/dcin.67567>. Disponível em: <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/67567>. Acesso em: 22 ago. 2021.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AGÊNCIA SENADO. Aprovada em 2017, reforma trabalhista alterou regras para flexibilizar o mercado de trabalho. mai. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/05/02/aprovada-em-2017-reforma-trabalhista-alterou-regras-para-flexibilizar-o-mercado-de-trabalho>. Acesso em 21 mar. 2022.

ALCURE, Lenira. **Telejornalismo em 12 Lições: Televisão, Vídeo, Internet**. Rio de Janeiro: Senac, 2011.

ALTA DEFINIÇÃO. Grupo Record confirma saída de Augusto Nunes da Record News e R7. [S.I.], fev. 2021. Disponível em: <https://portalaltadefinicao.com/grupo-record-confirma-saida-de-augusto-nunes-da-record-news-e-r7>. Acesso em: 05 abr. 2022.

ALZAMORA, Geane; TÁRCIA, Lorena. Narrativa jornalística transmídia: considerações sobre o prefixo 'trans'. In: DANDREA, C.; LONGHI, R. (org.). **Jornalismo convergente: reflexões, apropriações, experiências**. 1.ed. Florianópolis: Insular, 2012. v. 272, p. 15-32.

AMORIM, Edgard Ribeiro de. **História da TV brasileira**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo, 2008.

ARONCHI DE SOUZA, José Carlos. **Gêneros e formatos na televisão brasileira** [recurso eletrônico]. São Paulo: Summus, 2015.

BANDRÉS, E., GARCÍA-AVILÉS, J. A., PÉREZ, G., PÉREZ, J. **El periodismo en la televisión digital**. Barcelona: Paidós, 2000.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo. **Manual de Jornalismo para Rádio, TV e Novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

\_\_\_\_\_. **Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia na TV.** 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

\_\_\_\_\_. **Memória.** São Paulo, 22 mar. 2022a. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CbZXDBbOMJQ/>. Acesso em: 02 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Eu, Faísca e Lola passando para desejar a vocês um bom fim de semana.** São Paulo, 5 set. 2020. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CEw6t0wHZIZ/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>. Acesso em: 24 fev. 2022.

\_\_\_\_\_. **Quem concorda?** São Paulo, 2 maio. 2019a. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bw-tfWRHXOC/>. Acesso em: 01 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Quem viu a participação dessa moçada no jornal?** São Paulo, 5 set. 2019b. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B2CJVrTHDKk/>. Acesso em: 02 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Reunião de pauta.** São Paulo, s/d. 2019c. Facebook Live. @herodotobarbeiro. Disponível em: <https://www.facebook.com/herodotobarbeiro>. Acesso em: 01 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Live JRNews com participação da equipe de jornalistas.** São Paulo, s/d. 2019d. Facebook Live. @herodotobarbeiro. Disponível em: <https://www.facebook.com/herodotobarbeiro>. Acesso em: 02 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Live pós-jornal com participação de equipe do JRNews.** São Paulo, s/d. 2019e. Facebook Live. @herodotobarbeiro. Disponível em: <https://www.facebook.com/herodotobarbeiro>. Acesso em: 02 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Isso a TV não mostra.** São Paulo, 12 abr. 2018a. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BhfQMb0qb4g/>. Acesso em: 01 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Faísca, o anti-herói do Jornal da Record News, adora uma sala vip.** São Paulo, 5 dez. 2018b. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BrBe2tqHCJ1/>. Acesso em: 30 mar. 2022.

\_\_\_\_\_. **No #JRNews de ontem, nossos convidados analisaram a decisão do TRF-4 de negar recurso pedido pela defesa do ex-presidente Lula.** São Paulo, 27 mar. 2018c. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bg0-SWHByye/>. Acesso em: 03 abr. 2022.

\_\_\_\_\_. **Faísca, o anti-herói do Jornal da Record News, recusou o ministério.** São Paulo, 1 nov. 2018d. Instagram: @h.barbeiro. Disponível em: [https://www.instagram.com/p/BpqC9I\\_nVx2/](https://www.instagram.com/p/BpqC9I_nVx2/). Acesso em: 30 mar. 2022.

\_\_\_\_\_. **Faísca, o anti-herói do Jornal da Record News, está em guerra.** São Paulo, 30 out. 2018e. Instagram> @h.barbeiro. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bpk7Q7ZH6Y3/>. Acesso em: 30 mar. 2022.

BARBOSA FILHO, André. Interatividade (interação). In: Enciclopédia Intercom de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1 p. 707-708. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 19 fev. 2022.

\_\_\_\_\_; CASTRO, Cosette. **Comunicação Digital: educação, tecnologia e novos comportamentos.** São Paulo: Paulinas, 2008.

BARTHES, Roland. Introdução à análise estrutural da narrativa. In: BARTHES, R. *et al.* **Análise estrutural da narrativa.** Tradução de Maria Zélia Barbosa. 5.ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil.** 2.ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

\_\_\_\_\_. Diversidade e Pluralidade: Desafios da Produção de um telejornalismo de qualidade. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vítor (Org.). **Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão.** Lisboa: Novos Horizontes, 2008.

\_\_\_\_\_. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, p. 231. 2012.

\_\_\_\_\_. **Telejornalismo de qualidade: um conceito em construção.** Revista Galáxia: São Paulo, n. 10, p. 51-64, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

BRAIGHI, Antônio Augusto. **Análise de telejornais: um modelo de exame da apresentação e estrutura de noticiários televisivos.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2013.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet.** 2.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

BRITTOS, Valério Cruz; SANTOS, Luciano Correia dos. Televisão por Assinatura. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1. p. 1169-1170. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 12 fev. 2022.

BRUCK, Mozahir Salomão; OLIVEIRA, Max Emiliano. A agônica durée do bricoleur: temporalidades midiático-jornalísticas em tensão. In: MUSSE, C. Ferraz; VARGAS, H.; NICOLAU, M. (org.). **Comunicação, Mídias e Temporalidades.** Salvador: EDUFBA, 2017. p. 119-135.

CABRAL, Sidarta Nogueira; PRIMO, Lanevalda Pereira Correia de Araújo. **Produção audiovisual**: imagem, som e movimento. São Paulo: Editora Érica, 2014.

CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. (orgs.). **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. 1.ed. Covilhã: Livros LabCom, 2015. Disponível em: [www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20150622-201515\\_jdm\\_jcanavilhas.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20150622-201515_jdm_jcanavilhas.pdf). Acesso em: 28 out. 2020.

CANCLINI, Néstor Garcia. **Consumidores e cidadãos**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

CASADEI, Eliza Bachega. O fotojornalismo como fato da memória e a composição como problematização do tempo na imagem. In: MUSSE, C. Ferraz; VARGAS, H.; NICOLAU, M. (org.). **Comunicação, Mídias e Temporalidades**. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 155-172

CASTRO, Daniel. Agenda. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, jun. 2007a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2306200704.htm>. Acesso em: 12 dez. 2021.

\_\_\_\_\_. Contas. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, set. 2007b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0509200704.htm>. Acesso em: 15 mar. 2022.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3.ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

COHN, Gabriel (org.). ADORNO, Theodor. **Indústria cultural**. São Paulo: Ática, 1986.

COSTA, Lailton Alves da. Gêneros jornalísticos. In: MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. (orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010. p.43-83.

COUTINHO, Iluska. Telejornalismo. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1 p. 1157-1158. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 17 fev. 2022.

DALLA COSTA, Rosa Maria Cardoso. Interatividade. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1 p. 708-709. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 19 fev. 2022.

DISCOVERY NETWORKS; SPARKLER. Television Beyond TV: expandindo o significado da televisão, 2016. Disponível em: [https://www.discoverypublicidade.com/ptbr/wp-content/uploads/2018/07/TVbeyondTV\\_20102016.pdf](https://www.discoverypublicidade.com/ptbr/wp-content/uploads/2018/07/TVbeyondTV_20102016.pdf). Acesso em: 18 fev. 2022.

DOURADO, Jacqueline Lima. Televisão Comercial. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1 p.1160-1161. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 12 fev. 2022.

EVANS, Elizabeth. **Transmedia Television**. Audiences, New Media and Daily Life. New York/London: Routledge, 2011.

FECHINE, Yvana; CAVALCANTI, Gêsa. **Teledramaturgia brasileira e TV Social: articulações entre televisão e internet nas estratégias transmídias da Rede Globo**, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-2921-1.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2021.

\_\_\_\_\_; FIGUEIRÔA, Alexandre; CIRNE, Lívia. Transmídiação: explorações conceituais a partir da telenovela brasileira. In: LOPES, M. I. V. (org.). **Ficção televisiva transmidiática no Brasil: plataformas, convergência, comunidades virtuais**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

\_\_\_\_\_; GOUVEIA, D.; ALMEIDA, C.; COSTA, M.; ESTEVÃO, F. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: DE LOPES, M. I. V. (org.). **Estratégias de transmídiação na ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

\_\_\_\_\_. Programação direta da TV: sentido e hábito. **Significação: Revista de Cultura Audiovisual**, São Paulo, v. 31, n. 22, p. 41-57, 2004.

\_\_\_\_\_. **Televisão e presença**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

\_\_\_\_\_. Televisão transmídia: conceituações em torno de novas estratégias e práticas interacionais da TV. In: XXII Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação), 2013, Universidade Federal da Bahia, Salvador. **Anais [...]**, 2013. p.1-13., Salvador: 2013. 1-13. Disponível em: [https://proceedings.science/proceedings/100218/papers/134456/download/abstract\\_file1](https://proceedings.science/proceedings/100218/papers/134456/download/abstract_file1). Acesso em: 21 fev. 2022.

FERRARI, Hamilton. TCU vai exigir explicações ao Supremo sobre compra de vinhos e lagostas. **Correio Braziliense**, maio. 2019. Disponível em: [https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/05/03/interna\\_politica,752857/tcu-vai-exigir-explicacoes-ao-supremo-sobre-compra-de-vinhos-e-lagosta.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2019/05/03/interna_politica,752857/tcu-vai-exigir-explicacoes-ao-supremo-sobre-compra-de-vinhos-e-lagosta.shtml). Acesso em: 19 abr. 2022.

FINGER, Cristiane; SCIREA, Bruna. Notícia em tempo real: as implicações da instantaneidade na credibilidade do telejornalismo. In: MUSSE, C. F.; VARGAS, H.; NICOLAU, M. (Orgs.). **Comunicação, Mídias e Temporalidades**. Salvador: EDUFBA, 2017. p. 137-154.

\_\_\_\_\_. Programação Televisiva (grade de). In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1 p. 965-966. Disponível em:

<https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 16 fev. 2022.

FOLHA DE S. PAULO. Laranja indigesta. São Paulo, out. 2019a. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opiniaio/2019/10/laranja-indigesta.shtml>. Acesso em: 29 mar. 2022.

\_\_\_\_\_. Witzel inclui Harvard em currículo sem nunca ter estudado na universidade. São Paulo, maio 2019b. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/05/witzel-adicionou-ao-curriculo-passage-m-por-harvard-mas-nao-estudou-na-universidade.shtml>. Acesso em: 30 mar. 2022.

GOMES, Itania Maria Mota (org.). **Gênero televisivo e modo de endereçamento no telejornalismo**. Salvador: EDUFBA, 2011.

IBOPE INTELIGÊNCIA; Pesquisa Brasileira de Mídia 2016. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/aceso-a-informacao/capacitacao/capacitacoes-realizadas/apresentacaopesquisabrasileirademidia2016.pdf>. Acesso em: 17 fev. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019. Rio de Janeiro: IBGE, 2019.12 p. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf). Acesso em: 17 fev. 2022.

JAMBEIRO, Othon. **A regulação da TV no Brasil**: 75 anos depois, o que temos? In: Estudos de Sociologia, Araraquara, v.13, n.24, p. 85-104, 2008.

JENKINS, Henry. Transmedia 202: Further Reflections. In: Henry Jenkins Confessions of an aca-fan. [S.l.], 21 jul. 2011. Disponível em: [https://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](https://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html). Acesso em: 22 jan. 2022.

\_\_\_\_\_. Transmedia Education: the 7 Principles Revisited. In: Henry Jenkins Confessions of an aca-fan. [S.l.], 21 jun. 2010. Disponível em: [https://henryjenkins.org/2010/06/transmedia\\_education\\_the\\_7\\_pri.html](https://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html). Acesso em: 25 mar. 2022.

\_\_\_\_\_. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2.ed. São Paulo: Aleph, 2009a.

\_\_\_\_\_. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). In: Henry Jenkins Confessions of an aca-fan. [S.l.], 12 dez. 2009b. Disponível em: [https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](https://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html). Acesso em: 10 dez. 2021.

\_\_\_\_\_. Transmedia Storytelling 101. In: Henry Jenkins Confessions of an aca-fan. [S.l.], 21 mar. 2007. Disponível em: [https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](https://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html). Acesso em: 15 dez. 2021.

\_\_\_\_\_. Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. **MIT Technology Review**, Massachusetts (EUA). jan. 2003. Disponível em: <https://www.technologyreview.com/2003/01/15/234540/transmedia-storytelling/>. Acesso em: 19 fev. 2022.

JORNAL DE BRASÍLIA. Na segunda-feira (19/07), Augusto Nunes e Camila Busnello estreiam no Jornal da Record News. Brasília. jul. 2021. Disponível em: <https://jornaldebrasil.com.br/entretenimento/na-segunda-feira-19-07-augusto-nunes-e-camila-busnello-estreiam-no-jornal-da-record-news/>. Acesso em: 06 abr. 2022.

KANTAR IBOPE MEDIA atualiza a representatividade do ponto de audiência de TV para 2022. **AD Comunicação & Marketing; Kantar Ibope Media**, São Paulo, dez. 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/kantar-ibope-media-atualiza-a-representatividade-do-ponto-de-audiencia-de-tv-para-2022/>. Acesso em: 12 mar. 2022.

LANDOW, George. **Hipertexto 3.0**. Madrid: Paidós Ibérica, 2009.

LARRONDO URETA, Ainara. La metamorfosis del reportaje en el ciberperiodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo. **Comunicación y Sociedad**, Navarra, v. 22, n. 2, p. 59-88. 2009.

LEAL, Bruno Souza. **Telejornalismo e autenticação do real**: estratégias, espaços e acontecimentos. E-Compós, [S. l.], v. 11, n. 2, 2009. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/323>. Acesso em: 19 out. 2021.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**: por uma antropologia do ciberespaço. São Paulo: Loyola, 1999.

LLOSA, Mário Vargas. **A civilização do espetáculo**: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2013.

LOGOPEDIA. Record News. s/d.a. Disponível em: [https://logos.fandom.com/wiki/Record\\_News](https://logos.fandom.com/wiki/Record_News). Acesso em: 12 dez. 2021.

LOGOPEDIA. RecordTV. s/d.b. Disponível em: <https://logos.fandom.com/wiki/RecordTV>. Acesso em: 12 dez. 2021.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé. **Movimientos periodísticos**: las múltiples iniciativas profesionales y ciudadanas para salvar los elementos básicos del periodismo en la era digital. Salamanca: Comunicación Social, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 7.ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MASSAROLO, João Carlos. Narrativa Transmídia: a arte de construir mundos. XII Estudos de Cinema e audiovisual Socine, 2011. Disponível em: [https://www.academia.edu/21596874/Narrativa transm%C3%ADdia a arte de construir mundos](https://www.academia.edu/21596874/Narrativa_transm%C3%ADdia_a_arte_de_construir_mundos). Acesso em: 26 mar. 2022.

MELO, José Marques de. **A esfinge midiática**. São Paulo: Paulus, 2004.

MIELNICZUK, Luciana; BACCIN, Alciane Nolibos; SOUSA, Maíra; LEÃO, Callenciane. A reportagem hipermídia em revistas digitais móveis. In: CANAVILHAS, J.; SATUF, I. (orgs.). **Jornalismo para dispositivos móveis**: produção, distribuição e consumo. 1.ed. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

MITTELL, Jason. **Complex TV The Poetics of Contemporary Television Storytelling**. Nova Iorque e Londres: New York University Press, 2015.

MORENO, Ana Paula; ADAMI, Antonio. Mídia e cultura popular: as bordadeiras de Entremontes. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n.6, p. 38.988-39.003, jun. 2020. Disponível em: [https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/download/11899/9949?\\_cf\\_chl\\_tk=7f3AJHxZaz1vDYlwXvRgUI.MpJDt\\_nmtDU4gKI.7ULo-1653946506-0-gaNycGzNCP0](https://brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/download/11899/9949?_cf_chl_tk=7f3AJHxZaz1vDYlwXvRgUI.MpJDt_nmtDU4gKI.7ULo-1653946506-0-gaNycGzNCP0). Acesso em: 29 nov. 2021.

MORIN, Edgar. **O Método 4**. As Ideias: sua natureza, vida, habitat e organização. 5.ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

MUSEU DA TV, Rádio e Cinema. Imagens do dia. jan. 2004. Disponível em: <https://www.museudatv.com.br/programas/imagens-do-dia/>. Acesso em: 19 dez. 2021.

NAVARRO, Vinícius. Entrevista com Henry Jenkins. **Contracampo**, Rio de Janeiro, n. 21, p. 1-25, set. 2010. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17190>. Acesso em: 25 fev. 2022.

O ESTADO DE S. PAULO. Ao lado de Lula, Edir Macedo ataca Globo em lançamento de TV. São Paulo. set. 2007. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,ao-lado-de-lula-edir-macedo-ataca-globo-em-lancamento-de-tv,57599>. Acesso em: 22 fev. 2022.

O GLOBO. Apple lança três novos iPhones e renova linha do Apple Watch e do iPad. Rio de Janeiro. set. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/tecnologia/apple-lanca-tres-novos-iphones-renova-linha-do-apple-watch-do-ipad-23939139>. Acesso em 29 mar. 2022.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV**: manual de telejornalismo. 2.ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.



PEREIRA, Matheus. O que é *prosumer*? In: BLOG ROCKCONTENT [S. I.], 10 jul. 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/prosumer/#oque>. Acesso em: 12 jan. 2022.

PERNISA JÚNIOR, C.; ALVES, W. **Comunicação digital**: jornalismo, narrativas, estética. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

PRIZIBISCZKI, Cristiane. "Em cinco anos pretendemos bater a Globo", diz Alexandre Raposo, presidente da TV Record. **Portal Imprensa**. [S. I.]. set. 2007. Disponível em: [https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas\\_noticias/12630/em+cinco+anos+prete+ndemos+bater+a+globo+diz+alexandre+raposo+presidente+da+tv+record](https://portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/12630/em+cinco+anos+prete+ndemos+bater+a+globo+diz+alexandre+raposo+presidente+da+tv+record). Acesso em: 14 mar. 2022.

PORTAL IMPRENSA. Heródoto Barbeiro fecha contrato com a Record News. [S. I.]. 25 fev. 2011. Disponível em: [https://portalimprensa.com.br/portal/ultimas\\_noticias/2011/02/25/imprensa40890.shtml](https://portalimprensa.com.br/portal/ultimas_noticias/2011/02/25/imprensa40890.shtml). Acesso em: 19 fev. 2022.

RAMOS, Roberto; PORCELLO, Flávio. Âncora na TV: informação, interpretação e opinião. A discursividade em níveis verbal e não-verbal. **Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 9, n. 1, p. 62-69, 2006.

RECORD NEWS. Facebook, 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/recordnews/>. Acesso em: 05 fev. 2022.

RECORD NEWS. YouTube, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/c/recordnews>. Acesso em: 05 fev. 2022.

RECORD NEWS, 2021. Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/videos/a-record-news-11102021>. Acesso em 12 mar. 2022.

RECORD NEWS. Conheça os vencedores do Prêmio Faísca de Ouro 2019. 4 jan. 2020. 1 vídeo (14min. 58seg.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OvGZMHcl5dl>. Acesso em: 15 fev. 2022.

RECORD NEWS. Jornal da Record News com Heródoto Barbeiro. 2 mai. 2019a. 1 vídeo (1min. 03seg.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WI9Lw7mEAvk>. Acesso em: 17 abr. 2022.

RECORD NEWS. Jornal da Record News com Heródoto Barbeiro. 4 set. 2019b. 1 vídeo (58min. 58seg.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=e1x7akQo3GE>. Acesso em 28 mar. 2022.

RECORD NEWS. Jornal da Record News com Heródoto Barbeiro. 10 set. 2019c. 1 vídeo (1h. 05min.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=qHKbJr54\\_Dk](https://www.youtube.com/watch?v=qHKbJr54_Dk). Acesso em 28 mar. 2022.

RECORD NEWS. Jornal da Record News com Heródoto Barbeiro. 26 set. 2019d. 1 vídeo (1h. 07min.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Xhv2U0TJRNA>. Acesso em 28 mar. 2022.

RECORD NEWS. Jornal da Record News com Heródoto Barbeiro. 8 set. 2019e. 1 vídeo (1h. 06min.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=rbYiFVmRSxl>. Acesso em 28 mar. 2022.

RECORD NEWS. Jornal da Record News. 22 maio 2019f. 1 vídeo (59min. 45seg.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=nC3DT2Z1buw>. Acesso em: 17 abr. 2022.

RECORD NEWS. Assista à edição do Prêmio Faísca de Ouro 2017. 2 jan. 2018. 1 vídeo (10min. 36seg.) Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WI9Lw7mEAvk>. Acesso em: 17 abr. 2022.

RECORD NEWS. JR News Talentos: Iá. 26 abr. 2017. 1 vídeo (24min. 21 seg.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ul-nu0ltDoI>. Acesso em: 29 mar. 2022.

RECORD NEWS. JR News Talentos: Irmãs Galvão. 2016a. 1 vídeo (29min. 11seg.). Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vKcJnC3joBw>. Acesso em: 28 mar. 2022.

RECORD NEWS. JR News Talentos: Saracotia. 22 mar. 2016b. 1 vídeo (15min. 32 seg.) Publicado pelo YouTube da Record News. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=27FBjZJWYwA>. Acesso em: 28 mar. 2022.

RECORD NEWS. Conheça o Jornal da Record News: Segunda a sexta, a partir de 21h. jan. 2015. Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/conheca-o-jornal-da-record-news-18022020>. Acesso em: 17 fev. 2022.

RECORD NEWS. Veja as últimas notícias sobre o Pan direto de Guadalajara. São Paulo. out. 2011. Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/jornal-da-record-news/videos/veja-as-ultimas-noticias-sobre-o-pan-direto-de-guadalajara-20102015>. Acesso em: 12 jan.2022.

RECORD TV. Jornal da Record News é o telejornal mais conectado e multiplataforma da TV brasileira. 27 fev. 2019. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/2019/02/27/jornal-da-record-news-e-o-telejornal-mais-conectado-e-multiplataforma-da-tv-brasileira/>. Acesso em 17 fev. 2022.

RÊGO, Sofia Costa. Estratégias transmídias e construção do ethos do Jornal da Record News. 2017. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017.

REIMÃO, Sandra. Programação Televisiva. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1 p. 964-965. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 12 fev. 2022.

RIBEIRO, Ana Elisa. Edição. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da

Comunicação, 2010. v.1 p. 438-439. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 16 fev. 2022.

RICCO, Flávio; NERY, José Carlos. Nova Record News pode estrear em abril. Coluna do Flávio Ricco. **Uol Entretenimento**, 2011. 18 mar. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2011/03/18/nova-record-news-pode-estrear-em-abril.jhtm>. Acesso em: 10 jan. 2022.

RICCO, Flavio. Record News conquista maior média mensal de todos os tempos. **Portal R7**. mar. 2022. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/prisma/flavio-ricco/record-news-conquista-maior-media-mensal-de-todos-os-tempos-05032022>. Acesso em: 02 abr. 2022.

RICCO, Flávio. Toque de reunir. **Uol, tv e famosos**. mai. 2011. Disponível em: <https://televisao.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2011/05/03/episodio-da-mtv-serve-de-alerta-para-o-humor-na-tv-observar-limites.htm>. Acesso em: 10 jan. 2022.

R7, EFE. Espanha não quer entregar Leopoldo López a autoridades. Internacional. mai. 2019. Disponível em: <https://noticias.r7.com/internacional/espanha-nao-quer-entregar-leopoldo-lopez-a-autoridades-02052019>. Acesso em: 18 abr. 2022.

R7. FALA BRASIL. Veja como foi a estreia do Jornal da Record News nesta segunda (23). mai. 2011. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/fala-brasil/videos/veja-como-foi-a-estreia-do-jornal-da-record-news-nesta-segunda-23-06102018>. Acesso em: 11 jan. 2022.

R7. JORNAL DA RECORD NEWS. **TV Pindorama relembra os acontecimentos políticos da semana**. fev. 2014. Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/jornal-da-record-news/videos/tv-pindorama-relembra-os-acontecimentos-politicos-da-semana-26102015>. Acesso em: 23 jan. 2022.

R7. RECORD NEWS. **Heródoto Barbeiro conta a história da Catedral de Westminster em Londres**. jul. 2012b. Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/jornal-da-record-news/videos/herodoto-barbeiro-counta-a-historia-da-catedral-de-westminster-em-londres-19102015>. Acesso em: 24 jan. 2022.

R7. RECORD NEWS. **Heródoto Barbeiro e Andrea Beron comentam enquetes com os internautas**. set. 2012a. Disponível em: <https://noticias.r7.com/record-news/jornal-da-record-news/videos/herodoto-barbeiro-e-andrea-beron-comentam-enquetes-com-os-internautas-19102015>. Acesso em: 25 mar. 2022.

R7. TUDO RECORD. **JR News celebra mil edições**. mar. 2015. Disponível em: <https://recordtv.r7.com/comunicacao/tudo-record/videos/jr-news-celebra-mil-edicoes-24112016>. Acesso em: 24 jan. 2022.

SÁ, Mayra de Oliveira. Narrativas e Interatividade: um estudo da transmissão de informações na nova perspectiva da TV Digital. 2016. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura e Artes do Pós-Humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2008.

\_\_\_\_\_. A potência expansionista da narrativa. In: SANTAELLA, L.; MASSAROLO, J. C.; NESTERIUK, S. (org). **Desafios da transmídia**: processos e poéticas. 1.ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, p.66-83, 2018.

SCOLARI, Carlos Alberto. Crossmedia Innovation: las narrativas transmedia como objeto de estudio. In: HIPERMEDIACIONES. [S.I.], 4 dez. 2012. Disponível em: <https://hipermediaciones.com/2012/12/04/crossmedia-innovation-las-narrativas-transmedia-como-objeto-de-estudio/>. Acesso em: 17 dez. 2021.

\_\_\_\_\_. **Narrativas Transmedia**. Cuando todos los medios cuentan. Barcelona: Deusto, 2013.

\_\_\_\_\_. Transmedia storytelling: más allá de la ficción. In: HIPERMEDIACIONES. [S.I.], 10 abr. 2011. Disponível em: <https://hipermediaciones.com/2011/04/10/transmedia-storytelling-mas-alla-de-la-ficcion/>. Acesso em: 12 dez. 2020.

SILVA, Marco. Interatividade: uma mudança fundamental do esquema clássico da comunicação. **Boletim Técnico do Senac**: Revista da Educação Profissional, [S.I.], v.26, n.3, p. 1-6, set./dez. 2000. Disponível em: <https://www.bts.senac.br/bts/article/view/822>. Acesso em: 12 fev. 2022.

\_\_\_\_\_. **Sala de aula interativa**. 7ª ed. São Paulo: Loyola, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2013.

SP2; G1. **Câmara Municipal de SP contrata empresa para fornecer 4 toneladas de pão francês por ano**. São Paulo, set. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/09/25/camara-municipal-de-sp-contrata-empresa-para-fornecer-4-toneladas-de-pao-frances-por-ano.ghtml>. Acesso em: 29 mar. 2022

SQUIRRA, Sebastião. **Aprender Telejornalismo**: produção e técnica. São Paulo: Ed. Brasiliense, 2004.

STAM, Robert. **O telejornal e seu espectador**. Novos Estudos, São Paulo, CEBRAP, n. 13, 1985.

STRELOW, Aline. Canal. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1, p. 152. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 16 fev. 2022.

STUCKERT, Ricardo. Presidência da República. Divulgação, 2007.

TÁRCIA, Lorena. Narrativa Transmídia em Jornalismo de Imersão e Newsgame, Rio de Janeiro. In: 9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da Associação

Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), 2011, Rio de Janeiro, 2011. p. 1-17. Disponível em: [https://www.academia.edu/6427815/Narrativa\\_Transm%C3%ADdia\\_em\\_Jornalismo\\_de\\_Imers%C3%A3o\\_e\\_Newsgame\\_SBPJOR\\_-\\_2011](https://www.academia.edu/6427815/Narrativa_Transm%C3%ADdia_em_Jornalismo_de_Imers%C3%A3o_e_Newsgame_SBPJOR_-_2011). Acesso em: 31 mar. 2021.

VEJA, ESTADÃO CONTEÚDO. **Governo sofre derrota e fica sem aliado no comando de CPI sobre Fake News**. [S.l.], set. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/governo-sofre-derrota-e-fica-sem-aliado-no-comando-de-cpi-sobre-fake-news/>. Acesso em: 29 mar. 2022.

VEJA. **Record aproveita estreia de telejornal na Record News para atacar a Globo**. Cultura. 20 maio 2011. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/record-aproveita-estreia-de-telejornal-na-record-news-para-atacar-a-globo/>. Acesso em: 10 nov. 2021.

WAINBERG, Jacques Alkalai. Espetáculo. In: Enciclopédia INTERCOM de Comunicação, Conceitos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. v.1, p. 474. Disponível em: <https://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 14 fev. 2022.

ZIERHUT, Daniel Arias. O retorno dos Jedi: recepção transmidiática com fãs brasileiros de Star Wars sob o impacto da compra pela Disney. 2020. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2020.

## Entrevistas

BARBEIRO, Heródoto. Entrevista concedida por e-mail a Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. São Paulo, 25 mar. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “A” desta dissertação].

NASSER, Ailton Mineiro. Entrevista concedida por e-mail a Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. São Paulo, 12 abr. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “D” desta dissertação].

RABELO, Clovis. Entrevista concedida por e-mail a Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. São Paulo, 03 maio 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “C” desta dissertação].

SOARES, Aline. Entrevista concedida por e-mail a Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. São Paulo, 30 mar. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “F” desta dissertação].

TOLEDO, Gustavo. Entrevista concedida por e-mail a Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. São Paulo, 17 abr. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “B” desta dissertação].

VELOSO, Jessica. Entrevista concedida por e-mail a Elfrides Luiz de Oliveira Júnior. São Paulo, 19 abr. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice “E” desta dissertação].

## **APÊNDICE A - ENTREVISTA COM HERÓDOTO BARBEIRO**

**O Jornal da Record News estreou em 23 de maio de 2011, afirmando ser o primeiro telejornal multiplataforma do Brasil. Como foi o processo que culminou com a sua contratação para este jornal? Me conte um pouco dessa trajetória.**

- A Record News nessa época era administrada pela Record. O diretor de jornalismo Douglas Tavolaro aumentou a programação com um novo jornal. Fui convidado por ele para ser o editor chefe do jornal que não tinha nome nem horário. Nessa época trabalhava na TV Cultura, tinha apresentado uma segunda temporada no Roda Viva que terminou com uma alteração com o candidato a presidência José Serra. Depois disso fui colocado na geladeira. Na CBN era gerente regional de jornalismo e âncora do Jornal da CBN. Participei da equipe que criou a emissora do grupo Globo. O desafio de trocar de emprego era excitante e esperançoso. Aceitei, participei da organização do jornal, do nome e do horário. A empresa avaliou que o jornal poderia ser transmitido simultaneamente no streaming do R7, dirigido pelo Antonio Guerreiro. Era uma novidade e o primeiro passo para a multiplataforma. Já tinha visto, em um estágio que fiz na BBC, que rádio e tevê eram transmitidos simultaneamente em outras plataformas.

**No início, você apresentava numa bancada com a Thalita Oliveira. Como foi esse começo do jornal? A equipe estava "em sintonia" para a estreia?**

- Thalita, apresentadora da Record, e outras jornalistas passaram pela apresentação do jornal comigo. A equipe capitaneada pelos jornalistas Marco Nascimento e Maria Neves foram responsáveis pela organização da redação, entrevistas ao vivo e uma apresentação musical no final do jornal. Foram convidados como comentaristas, entre outros, Ricardo Kotscho, Nirlando, Adib Jatene, Beth Goulart, David Uip, Domingos Fraga...

**O JRNews iniciava a transmissão online 15 minutos antes da transmissão da TV e se estendia após 15 minutos do telejornal. Quando surge essa demanda? Existia algo assim no Brasil?**

- Na medida que novas plataformas foram agregadas como Facebook, YouTube, Instagram era possível iniciar o jornal 15 minutos antes. Quando entrava no ar juntava todas as plataformas digitais com a tevê. Depois do jornal continuava nas redes sociais para responder às críticas e perguntas feitas pelo telespectador/internauta. Houve um período que o jornal foi transmitido também pela Rádio Record de Santa Catarina.

**A interatividade das redes sociais (Twitter e Facebook) foi um marco do jornal. Você acredita que o público entendeu essa proposta? Deu certo naquela época?**

- Como toda mudança houve reação contrária. Nem todos entendiam, por exemplo, que as entrevistas podiam ser feitas via Skype o que dava um alcance maior e mais agilidade em atingir as fontes de notícias. Aos poucos o projeto foi se impondo com a participação ativa da equipe que comprou a ideia e foi responsável pelas novas formas de emissão do jornal, pela escolha dos entrevistados e pelas reportagens autorais construídas na redação, um modelo que aprendi em um estágio na CNN americana.

**O que era a TV Pindorama? Como surgiu essa ideia? Veio da sua experiência em rádio?**

- Os veículos de comunicação, geralmente, têm charges eletrônicas ou não. O modelo veio da rádio Sucupira que tive oportunidade da equipe de criação. Com anuência da TV Globo recebi as sonoras da novela Bem Amado, onde a estrela é o prefeito Odorico Paraguaçu. Fez um grande sucesso e encerrava o Jornal da CBN às sextas feiras. Imaginei fazer a mesma coisa com o personagem Bronco Dinossauro, Ronald Golias, da série da Record Família Trapo. Não encontrei arquivos suficientes na emissora. Vi o filme Triste Fim de Policarpo Quaresma, pedi autorização para o diretor do filme. A equipe passou a construir uma TV que mostrava os principais assuntos da semana, comentados pelo Policarpo. Foi um grande acontecimento para todos nós.

**E como foi fazer o Talentos JRNews? Como funcionava? Era a oportunidade de ver o Heródoto Barbeiro em um "outro ambiente"?**

- A apresentação que fechava o jornal era ao vivo. Os artistas esperavam terminar o jornal para tocar, geralmente com músicos alternativos, e as vezes com um ou dois minutos no ar. Ocorreu-me gravar a música antes do jornal, dispensar os músicos e usar no fim do jornal. Graças ao trabalho da Vânia Souza, foi possível gravar uma banda nova cada dia. Assim a direção aceitou que fossem editados e formassem um programa que ia ao ar aos sábados com o nome de Talentos. Para mim foi uma experiência extraordinária entrevistar os artistas, apreciar as apresentações ao vivo, um trabalho que nunca havia feito.

**O JRNews ficou conhecido também por mostrar a reunião de pauta, no início da tarde. Você acredita que isso tenha aproximado o público do jornal? Acha que essa foi uma ideia pioneira no telejornalismo?**

- Você mesmo pôde testemunhar. O projeto foi a frente com a adesão de toda a equipe que deixou o bastidor passou a descrever para o público qual a reportagem que iriam construir com crédito para o autor. O trabalho de Amanda Damião foi fundamental para pôr no ar a reunião de pauta, com celulares dos jornalistas e pedestais e microfones comprados por mim. Toda a equipe passou a ter presença no ar antes, durante e depois do jornal, quando um era convidado para os 15 minutos finais nas redes sociais. Creio que isto foi uma ideia pioneira, como tantas outras.

**Me parece que você sempre foi um profissional engajado nas novidades... O Jornal da Record News te proporcionou essa possibilidade? É um telejornal que permite este tipo de interação? Daria para fazer isso em outra emissora?**

- Sim, desde que houvesse liberdade para criar, formar equipe de jornalistas, e apoio com equipamentos e redes sociais.

**Atualmente você participa com comentários no JRNews. Como foi essa transição de apresentador para comentarista? A pandemia fez muitas mudanças na sua carreira?**

- Uma boa e nova experiência ser comentarista do jornal. Exige outra preparação. À tarde vou apresentar um novo programa que tem o título provisório de Conexão...

**Você acredita que o Jornal da Record News ainda é multiplataforma? O que mudou com relação ao formato original, de 2011? Qual a sua opinião.**

- A multiplataforma veio para ficar. Não é uma decisão de uma empresa, é uma revolução da comunicação, quem não aderir vai perecer. Veja o exemplo da Jovem Pan. A audiência no YouTube, Twitter, streaming é muito boa.



## APÊNDICE B - ENTREVISTA COM GUSTAVO TOLEDO

**Primeiro, preciso de um breve currículo, descrevendo: formação (ano e faculdade), experiências com o Jornalismo, em quais áreas...**

- Me formei em 2007 na Universidade Presbiteriana Mackenzie. Minha carreira começou na Rádio SulAmerica Trânsito. Passei por quase todas as funções, desde rádio escuta, produtor, repórter até apresentador. Em 2011, após um ano fora do Brasil, voltei para trabalhar na rádio CBN. Também passei por diversas funções em especial redator do Repórter CBN e editor/coordenador do Jornal da CBN, com Milton Jung. Depois de 4 anos deixei o rádio para ir pra TV. Fui repórter dos jornais da manhã da TV Globo-SP (Hora 1, Bom Dia SP e Bom Dia Brasil). E, em 2015, me tornei apresentador da Record News.

**Agora me explica: há quanto tempo você está na Record News? E qual a sua trajetória no Jornal da Record News?**

- Estou na Record News há 5 anos. Comecei apresentado as edições matutinas do jornal Hora News. Passei também por diferentes experiências no Link News (como apresentador e coapresentador). Também participei de algumas coberturas como repórter especial. Nessas ações que tive meu primeiro contato com o Jornal da Record News, fazendo a cobertura dos eventos para a equipe comandada pelo Heródoto Barbeiro. Depois comecei a cobrir férias e folgas do Heródoto até chegar ao posto de apresentador oficial

**Você substituiu o jornalista Heródoto Barbeiro durante períodos de férias - geralmente em janeiro. Lembra desde que ano começou a substituição? Como foi essa experiência?**

- Acredito que comecei a cobrir as férias de HB no final de 2017 ou início de 2018. A grande “questão” era a responsabilidade de substituir HB. O jornal em si era divertido de fazer e desafiador por causa das entrevistas ao vivo, mas que causava mais receio era como o telespectador me receberia e como eu receberia as críticas deles.

**O Faísca era um pseudônimo do HB para assuntos mais polêmicos. Daí surgiu uma substituta para o anti-herói do jornal: a marmota. Consequentemente, você assumiu esses textos mais opinativos. Como foi essa experiência?**

- Pois é.... A ideia de usar a marmota foi de algum dos editores (acredito que o Elfrides) e foi divertidíssimo. Afinal, eram textos opinativos, mas com bastante ironia e, portanto, podíamos extrapolar na criatividade. No começo eu temia não ter assunto para fazer o quadro, mas “Brasil é Brasil” e sempre tínhamos material farto para as paródias.

**A partir do início da pandemia, em 2020, você assumiu a apresentação do JRNews por tempo indeterminado. Como foi que você recebeu essa informação? Houve algum tipo de preocupação? Ficar à frente de um jornal que teve um apresentador fixo por quase 10 anos...**

- Foi tudo muito rápido, assim como a pandemia. A decisão foi tomada por uma questão sanitária e a preocupação era justamente com os profissionais que estavam no grupo de risco e atingiu todo Grupo Record. Então, isso acabou tirando um possível peso extra pra mim de “substituir”. Na verdade, eu me sentia fazendo o jornal junto com o Heródoto Barbeiro e, portanto, aproveitava para apreender com ele e fazer uma parceria. O fato de estarmos sempre juntos no jornal como os comentários e a participação dele nas entrevistas foi transformando o jornal e deixando ele ainda mais conversado, analítico e divertido.

**Assumir as demandas do jornal foi difícil neste período? Digo isso porque o noticiário tem outras atividades fora do horário na TV, como, por exemplo, as *lives*. Qual a sua opinião sobre isso?**

- Difícil não é a palavra, mas sim desafiador. Afinal eram situações novas para mim, mas tinha toda uma equipe que compartilhava essas demandas e já possuíam o *know-how*. Então eu só “bebia” da fonte dos colegas. Entretanto, o período de maior ápice da pandemia tornou toda e qualquer ação muito frenética então era difícil para parar e pensar em como fazer... apenas fazíamos. Ou seja, as coisas foram acontecendo naturalmente e sem termos muito como planejar.

**Inclusive, a interatividade das redes sociais (Twitter e Facebook, principalmente) sempre foi um marco do jornal. Você acredita que o público entendia a proposta de interatividade? Dava certo? Ainda existe isso no atual formato do jornal?**

- Acho que o público entende, mas de qualquer forma é um processo que requer tempo e estrutura. Creio também que a equipe precisa entender o que o público gosta. Além disso, por se tratar de um negócio também é preciso entender a viabilidade das ideias para a necessidade de dar retorno para a empresa. É preciso achar o meio termo. A grande vantagem que numa TV menor podemos testar mais, arriscar mais e era isso que fazemos diariamente. A questão multiplataforma do jornal sempre foi uma bandeira do Heródoto e isso acabou migrando para os demais jornais da casa. Hoje há transmissões 24 horas no YouTube, aplicativo da Record News, Twitter, etc.

**Durante a pandemia, com o Heródoto apenas como comentarista, você assumiu a apresentação do JRNews. Como foi essa trajetória? Você seguia o mesmo “estilo” do jornal produzido anteriormente por ele ou foram feitas alterações nesse período? Você participava ativamente das decisões ou havia outro editor responsável?**

- A trajetória pra assumir o jornal acabou acontecendo de maneira gradual, pouco a pouco. O período também trouxe mudanças na direção do canal que trouxe uma empolgação maior pra mudanças e novidades tanto na programação quanto na equipe. Durante um período o Heródoto seguia como um editor-chefe do jornal (decidindo as pautas), depois ele acabou se afastando dessa função e as decisões eram tomadas pela equipe como um todo. Já em 2021, o jornal passou por uma nova transformação e então tivemos a volta de um editor-chefe.

**Com a estreia de um novo formato em julho de 2021, o Jornal da Record News sofreu mudanças, inclusive na linha editorial. Qual a sua opinião sobre a transição?**

- Acho que foi uma transformação natural. Nova diretoria, novos apresentadores, novo editor-chefe... as mudanças viriam e eram necessárias para dar uma nova identidade ao canal e ao jornal. E, na minha avaliação, foram muito positivas. Os profissionais “mais experientes” do canal foram valorizados nessa mudança e conseguimos elevar o patamar do jornal. Mais dinâmico, divertido e analítico.

**Você acredita que o Jornal da Record News ainda é multiplataforma? O que mudou com relação ao formato original, de 2011?**

- Sim. Mas o melhor de tudo é que o JRNews iniciou uma tendência dentro da Record News. Antes, só o JRNews era transmitido no Facebook, Twitter e Youtube. Hoje o canal inteiro funciona dessa maneira. Ou seja, o jornal trilhou o caminho pro sucesso do canal... Acho que o nosso próximo desafio é trazer uma participação maior do telespectador no dia a dia do jornal, como já ocorreu em certos momento do JRNews. Mas, como disse anteriormente, é preciso achar o caminho bom pra equipe, empresa e público.

## **APÊNDICE C - ENTREVISTA COM CLOVIS RABELO**

**A Record News foi inaugurada em setembro de 2007. Você participou do processo de estruturação da emissora? Pode me contar como foi essa trajetória?**

- Em 2007 a Record News foi inaugurada com o objetivo de levar, de graça (canal aberto), um jornalismo diferenciado, privilegiando o factual, tanto nacional como internacional, usando muito os correspondentes e agências internacionais. Também tivemos vários programas com jornalistas da RecordTV: um ótimo exemplo foi o programa direto de Miami, com o Eliakim Araújo, que infelizmente faleceu anos atrás.

**Na minha pesquisa, seu nome aparece como um dos executivos da Record que viajaram, em fevereiro de 2007, para Atlanta, nos Estados Unidos, para conhecer a estrutura da CNN. Isso ajudou a estruturar a nova emissora brasileira de notícias?**

- Foram várias viagens para os Estados Unidos e Europa para conhecer alternativas no sistema de edição. Entre as emissoras visitadas estava a CNN. Foi uma experiência muito boa para definirmos qual sistema de edição iríamos escolher para o canal.

**Neste mesmo período, a Record montou grandes estruturas técnicas em todo o Brasil e adotou uma cartilha de telejornalismo regional. Você participou desse processo? Se possível, pode me explicar o que era essa cartilha?**

- Na verdade criamos um manual básico de redação, com orientações jornalísticas e operacionais.

**Depois de 3 anos a Record News estreou o Jornal da Record News, em 23 de maio de 2011. Era o primeiro telejornal multiplataforma do Brasil. Por quê? Sabe de onde veio essa iniciativa?**

- Foi uma ideia da direção de Jornalismo, na época, para incentivar o uso da Multiplataforma no Jornalismo. Contratamos o Heródoto Barbeiro (da GLOBO/CBN) justamente para dar peso ao canal, no horário nobre. Com ele vieram importantes colunistas como Nirlando Beirão, Ricardo Kotscho, Jatene, David Uip, entre outros.

**Participou ou sabe como foi o processo para a contratação de Heródoto Barbeiro para este jornal?**

- Fui eu que contratei diretamente o Heródoto junto com o Douglas que era VP de Jornalismo na época. Explicamos o projeto, ele adorou e topou na hora. Está até hoje com a gente.

## APÊNDICE D - ENTREVISTA COM AILTON MINEIRO NASSER

**A Record News é inaugurada em setembro de 2007. Você participou do processo de estruturação da emissora? Já começou como diretor de Jornalismo? Se possível, me conte um pouco dessa trajetória.**

- Participei da implantação da Record News, na época, como gerente de rede do Jornalismo da RecordTV. Nessa função, ajudei a elaborar a grade de programação, mas assumi a direção de Jornalismo da Record News em 2010.

\*O primeiro diretor de Jornalismo da Record News foi João Beltrão, que atualmente está na CNN Brasil.

**O novo canal de notícias passa por uma reformulação mais de 3 anos depois e estreia o Jornal da Record News em 23 de maio de 2011. Era o primeiro telejornal multiplataforma do Brasil. Por quê? De onde veio essa iniciativa?**

- Naquele momento, a Record News precisava de um nome forte e de um telejornal inovador e com conteúdo que repercutisse em todas as plataformas. Em função disso, veio a contratação do Heródoto Barbeiro e comentaristas como Ricardo Kotscho e Nirlando Beirão.

**Como foi o processo para a contratação de Heródoto Barbeiro para este jornal?**

- O grupo entendeu que precisava de um nome forte, de alguém com credibilidade no mercado e que representasse um perfil de independência.

**O telejornal começou com uma boa estrutura para a época, com vários comentaristas. Mas você sabe me explicar quando surge a ideia de iniciar a transmissão online do JRNews antes da transmissão da TV e se estender após o fim do telejornal? Existia algo assim no Brasil?**

- A ideia partiu de colaboradores da própria redação, especialmente do Heródoto Barbeiro. A sugestão foi bem acatada pela vice-presidência de Jornalismo.

**A interatividade com as redes sociais foi um marco do JRNews. Você acredita que o público entendeu essa proposta? Deu certo na época?**

- Inicialmente, causou uma certa estranheza por parte dos colegas de direção do grupo, mas agradou muito ao telespectador, o que fez diminuir as resistências internas. Foi uma quebra de paradigma.

**Você acredita que um telejornal como o JRNews daria certo em outra emissora? Por quê?**

- Talvez, sim. Mas, haveria o mesmo, enfrentando de ideias na discussão interna.

**E acredita que o Jornal da Record News ainda é multiplataforma? O que mudou com relação ao formato original, de 2011? Qual a sua opinião.**

- Houve algumas alterações no formato, mas acredito que o JRNews não perdeu a marca e o DNA de um telejornal multiplataforma.

## APÊNDICE E - ENTREVISTA COM JESSICA VELOSO

**Há quanto tempo você está na Record News? E qual a sua trajetória no Jornal da Record News? Qual a atual função?**

- Estou na Record News desde 2016. Já passei por duas áreas diferentes na empresa e também por quase todos os jornais da casa. Atualmente, sou editora de texto no Jornal da Record News.

**A interatividade das redes sociais (Twitter e Facebook, principalmente) sempre foi um marco do jornal. Você acredita que o público entendia a proposta de interatividade? Dava certo?**

- O público do Jornal sempre foi muito fiel em relação à audiência. As redes sociais funcionavam como uma forma de conexão ainda maior das pessoas com o jornal e, principalmente, com a equipe. Nós com certeza conseguimos fazer com que os telespectadores entendessem a proposta. Por lá nós interagíamos diretamente com o nosso público. As plataformas digitais nos possibilitava conhecer melhor os telespectadores e, por meio delas, recebíamos sugestões, críticas e ideias.

**Uma das estratégias do jornal era a reunião de pauta ao vivo. Você participou desse processo? Como era esse momento na frente da câmera?**

- As reuniões de pauta foram um marco do Jornal por anos. Particpei ativamente delas e sempre achei que expondo esse tipo de bastidor a gente conseguia fidelizar ainda mais o público. Quando você expõe um processo, você mostra para todos que estão assistindo, que eles podem fazer parte daquilo. Ou melhor, que eles fazem parte daquilo.

**Essa reunião também envolvia muita interatividade. Como você percebia a participação do público? Era algo positivo?**

- O público sempre amou essa interação. Dificilmente nós não recebíamos um retorno do público. Mesmo que fosse para debater assuntos aleatórios ou matar a curiosidade sobre a trajetória do Heródoto, sempre tivemos algum tipo de retorno.

**O Faísca era um pseudônimo do HB para assuntos mais polêmicos. Depois surgiu uma vice, a marmota. Esses personagens ajudavam na interação com o público? Como os editores produziam esse conteúdo?**

- Os personagens ajudavam as pessoas a entender de forma mais dinâmica conceitos que muitas vezes não eram tão fáceis de serem explicados. Nós sempre utilizávamos o Faísca ou a Marmota para falar sobre temas polêmicos, de forma simples e bastante explicativa.

**A partir do início da pandemia, em 2020, o jornalista Gustavo Toledo assumiu a apresentação do JRNews, por tempo indeterminado. As suas demandas como editora continuaram do mesmo jeito nesse período? Sem a presença do Heródoto, como ficou a rotina do jornal? Mudou muito?**

- Tudo mudou após o início da pandemia. Apesar de seguirmos os conceitos do Heródoto, que além de apresentador, também era o editor-chefe do jornal.

**Na pandemia, o "estilo" do jornal produzido se manteve ou foram feitas alterações? Você participava ativamente das decisões? Como funcionava a responsabilidade pela edição?**

- Com essa transição na apresentação e na chefia do Jornal, também ocorreu uma mudança no modo de se fazer o JRNews. O Heródoto manteve a sua marca registrada nos comentários dele, mas a rotina e o conteúdo do Jornal mudaram. O jornal passou a abordar mais conteúdos factuais. Assim como o Heródoto gostava de afirmar, o JRNews era um programa e, após a pandemia, se tornou um jornal *hardnews*.

**E como eram as reportagens do JRNews? Os editores de texto produziam os materiais veiculados no jornal? Me conta esse processo.**

- Todas as reportagens eram definidas na reunião de pauta. Aquele era o momento de sugerir temas, ideias, sugestões. Chegávamos a um consenso do que seria interessante abordar naquele dia e, após essa aprovação do tema, os editores escreviam os textos, que passavam pela aprovação do Heródoto editor-chefe e, na sequência, seguiam para a edição de imagens. Depois de editado, os editores de textos checavam o VT para confirmar se estava tudo conforme a ideia inicial e os liberavam para que fossem ao ar.

**Com a estreia de um novo formato em julho de 2021, o Jornal da Record News sofreu mudanças, inclusive na linha editorial. Qual a sua opinião sobre a transição?**

- Como toda mudança o novo formato trouxe pontos positivos e negativos. O Jornal da Record News no modelo antigo tinha o perfil do editor-chefe (Heródoto). Era bastante didático e analítico. Agora, ele tem o perfil da nova chefia: é mais *hardnews* e prioriza o factual.

**Você acredita que o Jornal da Record News ainda é multiplataforma? O que mudou com relação ao formato original?**

- O Jornal da Record News continua sendo exibido no YouTube e no Facebook da emissora. Ou seja, ainda é multiplataforma. A grande mudança é que agora ele é menos interativo. Não temos mais a interação com os telespectadores.

## **APÊNDICE F - ENTREVISTA COM ALINE SOARES**

**Qual cargo você tinha no Jornal da Record News? Trabalhou com o telejornal por quanto tempo?**

- Entrei no JRNews como editora de texto e quando houve uma grande reestruturação com redução de equipe eu cheguei a atuar como editora executiva. Fiquei pelo menos quatro anos no jornal, de 2011 até 2015.

**O JRNews iniciava a transmissão online 15 minutos antes da transmissão da TV e se estendia após 15 minutos do telejornal. Quando surge essa demanda? Você acredita que existia algo assim no Brasil?**

- O JRNews nasceu como primeiro telejornal multiplataforma, já veio com essa proposta. O contexto do jornalismo na época ainda estava engatinhando no entendimento dos jornais multitela, mas havia essa necessidade de conversar com o público do digital. Não existia na época com este alcance e com um nome como do Heródoto.

**A interatividade com as redes sociais foi um marco do jornal. Você acredita que o público entendia essa proposta? Deu certo naquela época?**

- Acredito que o público entendia por que interagiu. Mas acho que era por poder se ver na TV também. Deu certo porque havia participação e interação.

**O que era a TV Pindorama? Como surgiu essa ideia? Como foi participar desse projeto?**

- Foi um privilégio participar do projeto e tenho orgulho de ter encabeçado. Havia um pedido do Heródoto de trabalharmos o humor nos VTs como ele fazia na rádio. Ouvi os materiais do Heródoto e fui atrás de programas de humor da Record que tivessem um conteúdo crítico. Como não tínhamos nada de arquivo comecei a buscar filmes brasileiros que retratassem história com uma visão crítica. Cheguei até o filme Policarpo Quaresma (1998), assisti, decupei e separei trechos que poderiam ser usados nos VTs de resumo da semana. Intercalávamos sonorais atuais da política com cenas do filme. Peguei autorização com a distribuidora e nasceu o quadro.