



Gênero Utilitário:

Presença nos jornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo¹

Tyciane Viana Vaz²

RESUMO

Este artigo é resultado de pesquisa empírica realizada através da observação do gênero utilitário nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. O objetivo foi identificar quantitativamente a presença dos formatos do gênero utilitário (indicador, cotação, roteiro e serviço) nos impressos. A partir do levantamento de dados, fez-se um comparativo entre os jornais analisados. Partiu-se da classificação dos gêneros proposta por Marques de Melo e a partir daí, identificou-se novos formatos. O período da amostra foi de 04 a 10 de novembro de 2007.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Gênero Utilitário; *Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*.

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo tem como característica intrínseca a atualidade. No campo jornalístico, esse atributo está relacionado com o cotidiano, isto é, os assuntos e acontecimentos que envolvem dia-a-dia da sociedade geralmente têm relevância pública. Dessa forma, à instituição jornalística cabe a função de integrar os cidadãos a um sistema coletivo mais amplo e complexo.

Marques de Melo³ afirma além da atualidade, o jornalismo tem como características operacionais a oportunidade, universalidade e publicidade. Sobre a atualidade, o autor coloca que o fio de ligação entre emissor e receptor no jornalismo é o conjunto de fatos que estão acontecendo. Com relação à oportunidade, Marques de

¹ Trabalho apresentado no GT – Jornalismo e Editoração, do Inovcom, evento componente do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste.

² Tyciane Viana Vaz é jornalista, formada pela Universidade Federal do Piauí, especialista em telejornalismo pela mesma instituição. Atualmente é mestranda no curso de Pós-Graduação da Universidade Metodista de São Paulo, e bolsista CNPq.

³ Informações das aulas da disciplina Gêneros Comunicacionais, ministrada pelo professor Marques de Melo, no curso de Pós-Graduação em Comunicação Social, na Universidade Metodista de São Paulo.



Melo destaca a diferença entre o jornalismo na idade da imprensa, pautado pela periodicidade, e o jornalismo na internet, onde impera a instantaneidade.

A universalidade é explicada como a diversidade dos veículos jornalísticos. Segundo o autor, quanto mais diversificado um veículo jornalístico maior a sua eficácia institucional. Já, o conceito de publicidade no jornalismo é apresentado como a difusão coletiva das notícias e dos comentários, garantindo assim sua acessibilidade ao público potencialmente interessado.

Ainda segundo Marques de Melo, o jornalismo é definido como o “processo social que se articula a partir da relação entre organizações formais e coletividades através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema/internet) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesse e expectativas”.

Na percepção de Luiz Beltrão (2006), o “jornalismo é informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos periodicamente à sociedade, com objetivo de difundir conhecimento e orientar a opinião pública no sentido de promover o bem comum”. (p.30).

Este trabalho apresenta resultados de uma pesquisa empírica sobre os gêneros jornalísticos, com foco no gênero utilitário. Utiliza-se como referência maior, a classificação de Marques de Melo, porém buscou-se encontrar novos formatos e tendências do gênero utilitário na pesquisa comparativa entre os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*.

Portanto, parte-se do objetivo geral de identificar quantitativamente a presença dos formatos do gênero utilitário nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* e a partir desta pesquisa, comparar a incidência dos formatos do Gênero Utilitário em ambos os jornais.

Como método principal da pesquisa, optou-se por uma análise quantitativa que utiliza a UI (Unidade de Informação), proposta por Violet Morin (1974), para focar os formatos do gênero utilitário partindo inicialmente das categorizações de Marques de Melo.

Realizou-se ainda uma pesquisa observacional em cima da amostra selecionada. Utilizou-se edições de ambos os jornais do dia 04 a 10 de novembro de 2007. Destaca-se que a amostra não é representativa, pois utilizou-se uma semana completa e não semana construída ou formada por amostragem, que permitiria a representatividade.



Foram utilizadas as edições completas dos jornais, incluindo todos os cadernos fixos e suplementos, com exceção dos guias (*Folha e Estadão*), publicados nas sextas-feiras, pois considerou-se que este material editado pelos jornais tem conteúdo essencialmente do Gênero Utilitário, salvo o material publicitário.

2. GÊNEROS JORNALÍSTICOS

É preciso considerar que a questão dos gêneros vem sendo discutida há muito tempo, desde os tempos da antiguidade grega, ainda nos tempos de Platão. Os gêneros literários platônicos foram posteriormente reelaborados por seu discípulo Aristóteles, estabelecendo assim a classificação: épica, lírica e dramática, que acabou por se fixar como o princípio dos estudos dos gêneros⁴.

O ouvinte é, necessariamente, espectador ou juiz; se exerce as funções de juiz, terá de se pronunciar ou sobre o passado ou sobre o futuro. Aquele que só tem que se pronunciar sobre a faculdade oratória é o espectador. Onde, resultam necessariamente três gêneros de discursos oratórios: o gênero deliberativo, o gênero judiciário e o gênero demonstrativo (ou epidíctico). (Aristóteles, 1964, p. 30-31).

Passando para uma visão lingüística e voltada para os gêneros do discurso, Mikhail Bakhtin (2003) afirma que os gêneros do discurso são tipos relativamente estáveis de expressões de enunciado, construídos conforme sua especificidade comunicacional. Este autor ainda diz que os gêneros do discurso organizam a fala assim como organizam as formas gramaticais sintáticas.

Ainda segundo Bakhtin (2003), existem três os elementos que fazem parte dos gêneros discursivos: o conteúdo temático, o estilo e a construção composicional. O conteúdo temático se refere ao objeto; o estilo nasce da posição do locutor, enquanto a construção composicional diz respeito à organização discursiva. O autor se refere aos gêneros como algo diverso. “A diversidade desses gêneros é determinada pelo fato de que eles são diferentes em função da situação, da posição social e das relações pessoais de reciprocidade entre os participantes da comunicação”. (BAKTIN, 2003, p. 283)

Já adentrando o universo do jornalismo, destaca-se o autor Tzvetan Todorov, com sua abordagem sobre os gêneros do discurso, em que considera as características da mensagem (forma/conteúdo/temática), as relações socioculturais (emissor/receptor) e político-econômicas (instituição jornalística/Estado/corporações mercantis/movimentos

⁴ Informações retiradas do texto Gêneros Jornalísticos – análise dos jornais “O Estado de São Paulo” e “Diário de São Paulo”, de autoria de Ana Regina Barros Rêgo Leal e Maria Isabel Amphilo R. de Souza.



sociais). (*apud* Marques de Melo, 2003, p.41). Todorov acredita que é preciso verificar as diferenças entre os gêneros do discurso, pois os gêneros são substituídos por outros.

Marques de Melo (2003) afirma que a questão dos gêneros jornalísticos tem origem na própria práxis. “Desde o início das atividades permanentes de informação sobre a atualidade (processo livre, contínuo, regular), colocou-se a distinção entre as modalidades de relato dos acontecimentos” (p.42). Este autor afirma ainda que no campo do jornalismo Samuel Buckeley, editor do *Daily Courant*, na Inglaterra do século XVIII, criou a primeira classificação para ao separar o texto do diário em *news* e *comments*. Nos Estados Unidos, os gêneros predominantes entre os séculos XVIII e XIX eram o *comments* e a *story*. Entre os povos latinos, no entanto, os gêneros tornam-se bem mais variados.

Fonseca (2005) diz que os gêneros jornalísticos “são as modalidades de relato dos acontecimentos que compõem a realidade social de onde os jornalistas recortam aqueles que, pelos seus valores-notícia, adquirem existência-pública”. Para esta autora, os gêneros são determinados pelo estilo e que este depende da relação do jornalista com seu público, aprendendo seus modos de expressão (linguagem) e suas expectativas temáticas.

Marques de Melo, em estudo da década de 1980, trata somente de dois gêneros jornalísticos: o informativo e o opinativo. O primeiro com os formatos: nota, notícia, reportagem e entrevista. O segundo abrange os formatos: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, crônica, caricatura e carta. Em revisão recente, o autor amplia esta classificação, e acrescenta a sua classificação os gêneros interpretativo, utilitário e diversional. Verifica-se na Tabela 1 a classificação dos gêneros e os respectivos formatos.

TABELA 1: Gêneros e Formatos Jornalísticos – Classificação Marques de Melo

Gênero Informativo	Nota – Notícia – Reportagem – Entrevista
Gênero Opinativo	Editorial – Comentário – Artigo – Resenha – Coluna – Crônica – Caricatura – Carta
Gênero Interpretativo	Perfil – Enquete – Cronologia – Dossiê
Gênero Utilitário	Indicador – Cotação – Roteiro – Serviço
Gênero Diversional	História de interesse humano - História colorida



3. GÊNERO UTILITÁRIO

Esta pesquisa foca no Gênero Utilitário, segundo a proposta de Marques de Melo⁵ (2007). Para este autor, o Gênero Utilitário tem marco no final do século XX, sua legitimação se dá com mais vigor nas sociedades povoadas pelos cidadãos-consumidores. Afirma ainda que esse gênero jornalístico surge no limiar da sociedade da informação, cujo funcionamento repousa na tomada de decisões rápidas no mundo financeiro, projetando-se também na vida cotidiana.

O utilitário, também gênero operacional ou jornalismo de serviço, tem como uma das características principais a atualidade, porém, sem o fator novidade. Segundo Marques de Melo, o fato é geralmente o mesmo, a fórmula é que se repete. Outra peculiaridade é que colabora na tomada de decisões na sociedade de consumo.

Marques de Melo, conforme a TABELA 2, classifica dentro do Gênero Utilitário quatro principais formatos: indicador, cotação, roteiro e serviço.

TABELA 2: Formatos do Gênero Utilitário – Classificação Marques de Melo

Formato	Definição
Indicador	Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas (cenários econômicos, meteorologia, necrologia)
Cotação	Dados sobre a variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários.
Roteiro	Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos.
Serviço	Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados.

Luiz Beltrão, em 1969, identificou os serviços no jornalismo impresso: avisos diversos (plantão de farmácias, perdidos e achados, pauta de pagamentos, cotações de câmbio, convites para reuniões de entidades diversas); informações úteis (telefones de urgência, horário de transporte coletivo, conselhos de saúde, relações de endereços etc); e cartaz do dia (programas das casas de espetáculos – cinemas, teatros, exposições, conferências, comícios, festas).

⁵ Informações das aulas da disciplina Gêneros Comunicacionais, ministrada pelo professor Marques de Melo, no curso de Pós-Graduação em Comunicação Social, na Universidade Metodista de São Paulo.



Em sua classificação dos gêneros jornalísticos (comentário e relato), Chaparro (1998) define e subdivide o gênero relato em espécies narrativas (reportagem, notícia, entrevista e coluna) e as espécies práticas (roteiros, indicadores, agendamentos, cartas-consultas, previsão do tempo, orientações úteis). Destaca-se a identificação do Gênero Utilitário com as espécies práticas, propostas por Chaparro. Para este autor, há necessidade de se estudar o gênero utilitário.

A incapacidade de classificar as espécies utilitárias, aquilo a que vulgarmente se chama “serviço”, até agora tratadas como simples tendência ou curiosidade. Entretanto, a significação da participação dessas espécies nos espaços pelos conteúdos jornalísticos impõe a sua caracterização enquanto manifestação discursiva. São formas adequadas de mediação para solicitações concretas da vida urbana, nos planos do negócio, da cultura, do consumo, do lazer, do acesso a bens e serviços, na ordenação de preferências e movimentos, nas estratégias e táticas da sobrevivência. As espécies utilitárias deixaram de ser manifestações secundárias no relato da actualidade. Por isso, há que entendê-las e classificá-las enquanto formas do discurso, no jornalismo. (CHAPARRO, 1998, p. 115-116)

Os meios de comunicação, de forma geral, trabalham com a perspectiva de ser útil ao receptor ou mesmo de prestar assistência. Marcelo Leite (1996), ombudsman da Folha de S. Paulo à época, destaca a importância desse jornalismo de serviço:

Boa parte das pessoas que lêem o jornal num determinado dia procura ali informações úteis para a vida. Consciente desta demanda, a maioria das publicações vem investindo no chamado jornalismo de serviço, realimentando assim esse vínculo de confiança com seus leitores. Apesar de tudo, os erros acontecem. Qualquer leitor já viveu a experiência desagradável de perder o filme porque o horário no jornal estava errado. (LEITE, 1996, on-line)

Em estudo sobre gêneros no rádio, André Barbosa Filho (2003) aparta o serviço do jornalismo. “A informação de serviço se distingue da jornalística pelo seu caráter de ‘transitividade’ – indicativo de movimento, circulação, trânsito- provocando no receptor uma manifestação sinérgica, ao reagir à mensagem”. (p. 135) Acredita-se que o autor é ambíguo nas suas explicações sobre a diferença entre o serviço e jornalismo. Acredita-se que faz parte da rotina do jornalismo a característica transitividade.

Para Barbosa Filho (2003), o serviço “acompanha a dinâmica dos acontecimentos e sua transitoriedade” (p.135). Entre os formatos do gênero serviço, o autor ressalta as notas de utilidade pública (notas informativas de curta duração); programetes de serviço (aconselhamentos: cuidados com a saúde, questões jurídicas,



investimento, preço, turismo, emprego etc.), e programas de serviço (rádio de oportunidade).

Já em estudo sobre a recepção da TV Globo em dois estados brasileiros (Rio Grande do Norte e São Paulo), Lins da Silva (1995) afirma que a televisão é considerada como um objeto útil e uma fonte de diversão e entretenimento importante. “As pessoas revelam um grande senso de utilitarismo na maneira como se valem da TV”. (p.83).

Ressaltando o senso de utilitarismo da TV, acredita-se que o jornalismo de serviço ou Gênero Utilitário, está presente na mídia como um modo de orientar o telespectador consumidor na sociedade da informação. As informações úteis, muitas vezes, pautam a atitudes no dia-a-dia dos cidadãos.

Também com trabalho sobre TV, Ana Carolina Temer (2003), em sua tese de doutorado publicada em livro “Notícias & Serviços: nos telejornais da Rede Globo”, afirma que no material jornalístico voltado para prestação de serviços predomina o caráter orientador ou indicador, que se preocupa com a formação de comportamentos do telespectador. Temer (2003) ressalta que em matérias de efeito útil no sentido de prestar assistência ao receptor a função é de orientadora, permitindo ao receptor uma possibilidade de ação e reação. Essas matérias, segundo a autora, têm componente pedagógico direcionado ao consumo ou ao comportamento público.

Jornalismo de Serviço é aquele que vai além da simples divulgação da informação e se preocupa em mostrar/demonstrar fatos e ações que a curto, médio ou mesmo longos prazos, vão contribuir para melhores condições de vida do receptor. Informações que o tornem mais saudável, mas apto a administrar o próprio tempo ou dinheiro. (TEMER, 2003, p.101)

Entre as considerações importantes de Ana Carolina Temer (2003), destaca-se que há uma clara predominância das matérias de serviço nos telejornais. Estas não são necessariamente ligadas ao consumo, abordam novidades na área da medicina, tecnologia e investimentos financeiros. Segundo esta pesquisadora, a presença dos formatos jornalísticos depende da diretriz editorial de cada telejornal. Também considera que o telejornalismo vinculado pela Rede Globo (em termos quantitativos) é um espaço de orientação de comportamentos. Esse espaço é predominantemente ocupado por matérias de serviços e/ou matérias de denúncias e matérias de interesse humano, ou matérias que apontem comportamento a serem seguidos. “Mais do que informar o telejornalismo da Rede Globo busca formar comportamentos” (p.225).



O Gênero Utilitário também está presente nas revistas. Destaca-se aqui a presença nas revistas femininas. “A relação do jornalismo de serviço com as revistas femininas é inegável. Da mesma forma, também é inegável que muitas dessas revistas, surgidas do modelo americano “nasceram mesmo da necessidade das empresas se comunicarem com o público” (CORREA, 1986, 57-73 apud TEMER, p. 133).

Jacqueline Rios dos Santos (1996) defendeu sua tese “Minha Amiga Cláudia”, um estudo de conteúdo sobre a Revista Cláudia e pode apontar uma forte presença dessa espécie no objeto analisado. “A análise global de conteúdo do Jornalismo Informativo da revista Cláudia, nos anos oitenta, acusou a predominância do Gênero Serviço, que desempenhou a função de oferecer a utilização concreta, prática e funcional de seu conteúdo”. (p.53).

Rios dos Santos define o serviço como parte do gênero informativo. Ela aponta o consumo, costume e utilidade pessoal como serviços prestados pela revista *Cláudia*. Sobre as matérias na revista, a autora destaca que “a informação de serviço deve conter todos os nomes, endereços e telefones de onde a leitora pode encontrar o produto” (p.120). Ainda sobre a produção do material de serviço: “a realização de matérias de serviço também exige da jornalista o cruzamento de informações, que significa possuir variadas fontes (fabricantes, consultores de design, engenheiros) para comparar e testar a qualidade, a funcionalidade, o preço e a utilidade do produto, casa, do ambiente ou do serviço” (p.119).

Em estudo na Espanha sobre o Jornalismo de Serviço, Maria Pilar Diezhandino (1994) diz que as pessoas precisam de mais orientação na era da Informação. “El periodismo de servicio es la información que aporta al receptor la posibilidad de efectiva acción y/o reacción. [...] La información cuya meta deja de ser ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, par ofrecer respuestas y orientación”. (p.96) Ainda sobre a relevância do jornalismo de serviço afirma: “mas do que ser uma fuente de información y entretenimiento ha llegado a ser uma autentica ‘guía para vivir’” (p.77)

Portanto, acredita-se que o Gênero Utilitário está presente nos diversos suportes midiáticos. Conjetura-se também que este gênero tem conquistado espaço na mídia nas últimas décadas. Presente nos meios de comunicação há muitos anos, com avisos de mortes, cotação de preços de mercadorias, entre outros formatos, principalmente nos jornais impressos, a prestação de serviços tem se tornado ainda mais essencial para os cidadãos consumidores de informação.

4. PRESENÇA DO GÊNERO UTILITÁRIO NA FOLHA DE S. PAULO E ESTADÃO

A pesquisa quantificou o Gênero Utilitário na *Folha de S. Paulo e Estado de S. Paulo* durante uma semana (04 a 10 de novembro de 2007). Através de tabelas e gráficos, apresenta-se aqui o resultado da análise comparativa entre os impressos. Na Tabela 3 é possível verificar o total de unidades de formações por edição da *Folha*, como também a quantidade de unidades de informação do Gênero Utilitário e percentual. Foram identificadas 1306 unidades de informação na *Folha* durante os sete dias selecionados. Dentre estas, 150 foram classificadas como unidades do Gênero Utilitário.

TABELA 3: Folha de S. Paulo

Data	Total de Unidades de Informação por edição	Quantidade de Unidades de Informação do Gênero Utilitário	Percentual do Gênero Utilitário
04/11/07	187	20	10,69%
05/11/07	116	16	13,79%
06/11/07	154	20	12,98%
07/11/07	146	18	12,32%
08/11/07	212	31	14,62%
09/11/07	224	25	11,16%
10/11/07	267	20	7,49%

Destaca-se no Gráfico 1 a média do Gênero Utilitário na Folha de S. Paulo durante a semana analisada. Constatou-se uma média de 11,86%, entre os formatos descritos por Marques de Melo e alguns formatos híbridos identificados pela autora da pesquisa.

GRÁFICO 1: Gênero Utilitário na *Folha*



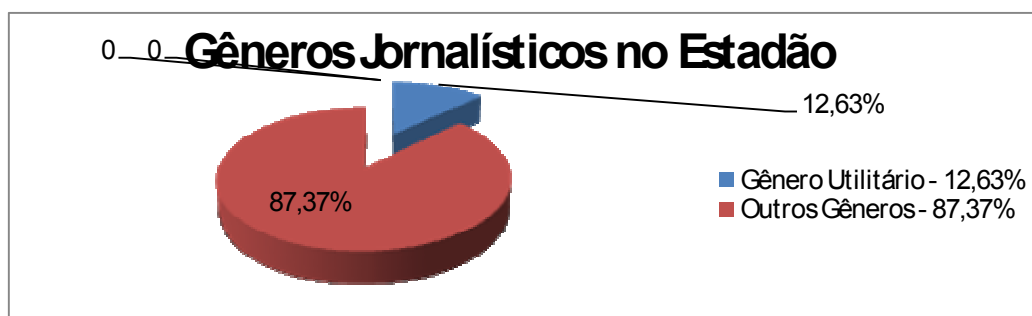
Na Tabela 4 pode-se ver o total de unidades de informação por edição na semana escolhida pela pesquisa em comparação com os números sobre o Gênero Utilitário no jornal O Estado de S. Paulo. Foram identificadas 1259 unidades de informação jornalísticas neste impresso entre as amostras selecionadas, dentre estas, 161 unidades de Gênero Utilitário.

TABELA 4: O Estado de S. Paulo

Data	Total de Unidades de Informação por edição	Quantidade de Unidades de Informação do Gênero Utilitário	Percentual do Gênero Utilitário
04/11/07	210	23	10,95%
05/11/07	154	19	12,33%
06/11/07	177	27	15,25%
07/11/07	154	18	11,68%
08/11/07	231	29	12,55%
09/11/07	175	20	11,42%
10/11/07	158	25	15,82%

No Gráfico 2 apresenta-se na média de presença do Gênero Utilitário no jornal O Estado de S. Paulo em relação ao total do material jornalístico publicado durante os dias 04 a 10 de novembro de 2007.

GRÁFICO 2: Gênero Utilitário no *Estadão*





4.1 Formatos

Após a análise quantitativa de unidades de informação do Gênero Utilitário, classificou-se em formatos somente este Gênero extraído das edições selecionadas. Os formatos foram estabelecidos inicialmente segundo a indicação de Marques de Melo: indicador, cotação, roteiro e serviço. Ressalta-se que alguns formatos híbridos foram identificados pela autora desta pesquisa.

Apresenta-se abaixo uma síntese dos formatos encontrados nas amostras analisadas:

- **Indicador:** corresponde aos indicadores econômicos e de mercado, também aparece como necrologia (avisos de mortes e missas de 7º dia), meteorologia, indicação de como deve funcionar o trânsito (rodízio de carros), entre outros exemplos.
- **Cotação:** dados monetários, agrícolas, cotação de moedas no dia, cotação de filmes (número de estrelas) e demais cotações. Muito presente nas chamadas de capa, mas também nos cadernos de economia.
- **Roteiro:** a maioria das vezes é representado por informações sobre filmes que estréiam no cinema. Os roteiros são importantes para o leitor que busca futuramente consumir bens simbólicos. Mais representativo nos cadernos culturais.
- **Serviço:** este formato se apresenta de diversas formas e em vários cadernos dos impressos estudados. Um dos exemplos é quando o jornal presta serviço ao leitor, levando a ele uma resposta de uma reclamação ou dúvida, geralmente relacionada a um órgão público. Mas também nota-se o serviço em suplementos, quando o jornal oferece informações sobre as novidades do mercado, ajuda o consumidor na escolha de produtos, apresenta uma série de informações, preços, onde comprar ou como adquirir certo produto.

Como já foi dito anteriormente, foi encontrada hibridização de gêneros e em algumas situações também a fusão de formatos. Destaca-se esses formatos híbridos classificados na pesquisa.

- **Reportagem mais Serviço:** ressalta-se aqui a união do formato reportagem (Gênero Informativo) com o formato Serviço (Gênero Utilitário). Este tipo de formato é comum em ambos jornais analisados. Configura-se com uma reportagem sobre determinado assunto, acompanhado de características marcantes do formato serviço. Diariamente os jornais publicam reportagens com caráter de serviço; são matérias (formato reportagem) de cunho pedagógico, que



visam orientar o leitor a tomar determinada decisão. (Informações como o leitor ‘deve’ proceder, telefones úteis, preços, onde se informar mais, etc são acrescentadas às reportagens).

- **Roteiro mais Cotação:** percebe-se a hibridização de dois formatos do Gênero Utilitário, especialmente quando se trata de mini roteiros de filmes ou peças teatrais. Em algumas edições, os impressos trazem na mesma informação a cotação dos filmes ou peças teatrais, indicando, através de números de estrelas, a qualidade desses bens a serem consumidos pelo leitor.
- **Reportagem mais roteiro:** formato encontrado em menor quantidade, mas com características claras de reportagem e roteiro em uma mesma unidade de informação.
- **Roteiro mais Serviço:** também em pequenas quantidades foram identificados a fusão dos formatos roteiro mais serviço.

Na Tabela 5 é possível verificar quantitativamente os formatos encontrados na *Folha* nas sete edições analisadas nesta pesquisa.

TABELA 5: *Folha de S. Paulo*

Formatos	Unidades de Informação
Cotação	12
Indicador	65
Serviço	19
Roteiro	10
Roteiro mais Cotação	10
Reportagem mais Serviço	31
Roteiro mais Serviço	03

Verifica-se na Tabela 6 quantitativamente os formatos e hibridizações encontrados no *Estadão* na amostra das edições analisadas.



TABELA 6: *Estadão*

Formatos	Unidades de Informação
Cotação	12
Indicador	62
Serviço	29
Roteiro	09
Roteiro mais Cotação	07
Reportagem mais Serviço	41
Reportagem mais Roteiro	02

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa de cunho comparativo verificou que ambos jornais pesquisados têm características semelhantes com relação aos gêneros, especificamente ao Gênero Utilitário. Os formatos encontrados são quase que na totalidade os mesmos e com relação à quantidade alguns dados são coincidentes, outros variam principalmente pelos suplementos publicados nas edições.

Acrescentou-se à classificação de Marques de Melo alguns formatos que se configuram como híbridos. Acredita-se que os jornais têm buscado proporcionar aos leitores informações com complementos, como no caso das reportagens com boxes ou retrancas relacionadas à prestação de serviço. Dessa forma, a matéria ganha aspecto mais completo e o leitor pode resolver seu problema, tirar dúvidas ou se informar mais com o órgão responsável, através dos contatos disponíveis.

Os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* publicam semanalmente o GUIA. “Toda sexta-feira a programação cultural completa de São Paulo, com destaque para as estréias do cinema, teatro, exposições, shows e passeios” (Folha On line). Apesar de não ter entrado na contagem das unidades de informação, estes guias são essencialmente formados por formatos do Gênero Utilitário e funcionam como um serviço prestado pelos impressos ao leitor, colaboradores na tomada de decisões por parte do leitor.

Por fim, afirma-se que o Gênero Utilitário tem espaço próprio na mídia, e tem-se mostrando como uma tendência dos meios de comunicação, a fim de colaborar com



cidadãos, seja através de informações mais completas que ajudam na tomada de decisões ou mesmo como um mediador para resolução de problemas do leitor.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARISTÓTELES. **Arte retórica e arte poética**. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1964.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos - os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Edições Paulinas, 2003.

BARROS, André Luiz. **Universidades e jornais: motivações de origem**. Disponível em: <<http://www.facha.edu.br/publicacoes/comum/comum21/05.pdf>> . Acesso em: 31 de outubro de 2007.

BELTRÃO, L. **A imprensa informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário**. São Paulo: Folco Masucci, 1969.

_____. **Teoria e Prática do Jornalismo**. Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. Edições Omnia, 2006.

CHAPARRO, M. C. C. . **Sotaques d'aquem e d'além mar - percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro**. 1. ed. Santarém - Portugal: Jortejo Edições, 1998.

DIEZHANDINO NIETO, P. **Periodismo de Servicio**. Barcelona, Bosch, 1994.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silveira. **A atualidade dos gêneros jornalísticos na imprensa brasileira contemporânea**. Ensaio apresentado como conclusão do Seminário Transformação da Notícia: a subjetividade no jornalismo informativo. PUCRS, 2002



GADINI, S. L. **A lógica do entretenimento no jornalismo cultural brasileiro.**

Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/pdfrevistaIX.n1/9%20SergioGadini.pdf>>.

Acesso em: <30 out. 2007>.

JANUÁRIO, Marcelo. **Olhar superficial – As transformações no Jornalismo Cultural em São Paulo na passagem para o século XXI.** 2005, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade de São Paulo.

LEITE, Marcelo. **Jornalismo de Serviço.** São Paulo, 1996. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ombudsman/omb_19961103_1.htm>. Acesso em: <08 set. 2007>.

LINS DA SILVA, Carlos. **Muito além do Jardim Botânico:** um estudo sobre a audiência do Jornal Nacional da Globo entre trabalhadores. São Paulo: Summus Editorial, 1995.

MARQUES MELO, José. **Jornalismo opinativo:** gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. São Paulo: Mantiqueira, 2003

MORIN, Violette. **Tratamiento Periodístico de la Información.** Barcelona: A.T.E., 1974.

RIOS DOS SANTOS, Jacqueline. **Minha amiga Claudia. História, Gêneros Jornalísticos Produção de uma Revista Feminina.** 1996, Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

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