

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Bárbara Born

A CONSTRUÇÃO NOTICIOSA DO JORNAL NACIONAL
DA REDE GLOBO: UMA ANÁLISE DE AGENDAMENTO
TEMÁTICO E VALORES-NOTÍCIA

Passo Fundo

2015

Bárbara Born

A CONSTRUÇÃO NOTICIOSA DO JORNAL NACIONAL
DA REDE GLOBO: UMA ANÁLISE DE AGENDAMENTO
TEMÁTICO E VALORES-NOTÍCIA

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Ma. Maria Joana Chaise.

Passo Fundo

2015

Bárbara Born

A construção noticiosa do Jornal Nacional da Rede Globo: uma análise de agendamento temático e valores-notícia

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob orientação da Ma. Maria Joana Chaise.

Aprovada em ___ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

Profª Ma. Maria Joana Chaise

Profº _____ - _____

Profº _____ - _____

AGRADECIMENTO

A entrega da monografia é mais que apenas um ato, mas sim a concretização de um sonho. O fim de três anos e meio de muitas descobertas, desafios, alegrias e tristezas.

Momento de agradecer pelo apoio de meus pais, Ivanir e Elenir, que me ajudaram a realizar o meu sonho e sempre acreditaram no meu potencial. Agradecer minha irmã Isadora pela paciência neste período de produção monográfica. Agradecer aos meus amigos e as minhas amigas que estiveram sempre comigo, vibrando a cada conquista e apoiando em momentos difíceis.

Agradecer aos colegas de curso pelos trabalhos, lembretes e conselhos.

Agradecer aos professores do Núcleo Experimental de Jornalismo pela primeira oportunidade de ingressar na profissão, pelas primeiras pautas, entrevistas, fotos e conselhos profissionais. Agradecer aos colegas da Embrapa Trigo pela oportunidade de conhecer mais uma das tantas áreas do jornalismo, a comunicação organizacional. Desbravar as lavouras, conhecer o jornalismo científico e mais sobre a agricultura.

Momento de agradecer aos colegas da Rádio Uirapuru pelo meu primeiro emprego, cada dia neste veículo é um novo aprendizado.

Aos tantos professores e profissionais que me ensinaram tanto no início da profissão.

A professora Sonia Bertol por me apresentar e inserir no Projeto de Pesquisa Gravidez na Adolescência na Mídia Impressa que foi de extrema importância na minha vida acadêmica.

Um agradecimento muito especial a minha orientadora professora Maria Joana por acreditar no meu trabalho e pensar comigo as melhores formas de desenvolvê-lo. Por me guiar, pela paciência e pelas correções.

Agradecer a Deus por tornar tudo isso possível e ter colocado cada uma destas pessoas em minha vida. Pela oportunidade de me realizar no curso que escolhi. Por ter me dado paciência e força para realizar tal pesquisa.

“Porque o jornalismo é uma paixão insaciável que só se pode digerir e humanizar mediante a confrontação descarnada com a realidade” Gabriel Garcia Marquez.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo identificar o agendamento de notícias no Jornal Nacional da Rede Globo e seus valores-notícias. Desta forma, a pesquisa introduz sobre a hipótese do agendamento ou *agenda-setting*. Ainda, apresenta os conceitos de *newsmaking*, noticiabilidade e valores-notícia. As características da televisão, do telejornalismo, seus gêneros e formatos também baseiam este estudo. Realiza uma análise de conteúdo de uma semana construída do Jornal Nacional, totalizando seis edições, entre os meses de abril e maio de 2015, sendo uma análise quantitativa de uma semana quanto ao agendamento temático de notícias e uma análise qualitativa de duas edições a respeito dos valores-notícia. Podemos afirmar que as editorias mais agendadas foram Política, Internacional e Polícia. Segundo a análise, o principal formato apresentado pelas matérias é a reportagem, onde são encontrados, principalmente, os valores-notícia proximidade, impacto e governo.

Palavras-chave: Agendamento. *Newsmaking*. Noticiabilidade. Valores-notícia. Jornal Nacional.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Gráfico 1 - Tempo dedicado a cada editoria (%).....	33
Gráfico 2 - Veiculações por editoria (%).....	36
Gráfico 3 - Veiculações (%).....	37
Gráfico 4 - Comparação veiculações Antigo e Novo formato Jornal Nacional.....	38
Gráfico 5 - Veiculações da editoria Política no antigo e novo formato do telejornal.....	39
Gráfico 6 - Veiculações da editoria Internacional no antigo e novo formato do telejornal.....	40
Gráfico 7 - Valores-notícia mais presentes (%).....	40

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 AGENDA-SETTING: DO CONCEITO AO FUNCIONAMENTO	10
2 DO NEWSMAKING AOS VALORES-NOTÍCIA: CONCEITOS ENVOLVIDOS NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA	15
3 TELEVISÃO, TELEJORNAL E SEUS FORMATOS	22
4 METODOLOGIA	28
4.1. Apresentação do Objeto de Pesquisa	28
4.2. Metodologia de Pesquisa	29
5 Análise	33
5.1. Análise do agendamento temático	33
5.2. Análise dos valores-notícias	40
CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	47
ANEXOS	49

INTRODUÇÃO

Muitas vezes, somos pautados pela mídia. Nossas ideias, opiniões e atitudes são guiadas pelo que a mídia nos transmite. Surge este estudo, para entender de que maneira o Jornal Nacional da Rede Globo participa deste processo, analisando como a seleção dos temas é capaz de determinar o que será discutido pelas pessoas. O problema de pesquisa central é o questionamento: como a hipótese do agendamento é utilizada no Jornal Nacional da TV Globo?

Entre os objetivos específicos do estudo está compreender os conceitos de agendamento ou *agenda-setting*, *newsmaking*, noticiabilidade e valores-notícia. Identificar os temas mais abordados pelo jornal e o número de reportagens de cada tema, analisando os valores-notícia utilizados também é parte dos objetivos da pesquisa.

Quando um telejornal transmite ideias capazes de influenciar o modo dos telespectadores interpretarem a informação é preciso analisar este veículo. O jornalismo precisa discutir sobre o que está sendo transmitido, os critérios de noticiabilidade envolvidos, os valores-notícia presentes, os temas mais abordados. Observar a maneira como as notícias são construídas, buscando compreender como o jornal busca pautar ou não determinados assuntos a serem discutidos pelos cidadãos.

Neste sentido, foi escolhido como objeto o Jornal Nacional da TV Globo. Com quase 46 anos de história, está presente na maior parte das casas brasileira. Por ser transmitido em canal aberto e em horário nobre, já se consagrou jornalisticamente.

Para estudar o agendamento de notícias no Jornal Nacional da Rede Globo, o trabalho está dividido em três capítulos. No primeiro capítulo, serão abordados os principais conceitos de autores como Wolf (2006) e Hohlfeldt (1997) sobre a hipótese do agendamento. Ambos defendem o poder dos *mass media* em pautar os assuntos discutidos pelo público, além de influenciar em sua opinião.

No segundo capítulo será estudado o conceito de *newsmaking*, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. Charaudeau (2012), Silva (2014), Pena (2005) e Traquina (2005) são alguns dos pesquisadores escolhidos. Basicamente, o *newsmaking* trabalha a ideia de que a mídia faz parte da construção da realidade social. Os critérios de noticiabilidade são os fatores que irão interferir diretamente na produção da notícia. Já os valores-notícia definem se o acontecimento irá se transformar em notícia ou não.

No terceiro capítulo, os temas abordados são a televisão, o telejornalismo, seus gêneros e formatos. Para estudar um telejornal é preciso entender o seu meio emissor, além das

especificidades do telejornalismo. Alguns dos autores citados foram Canavihas (2001), Rezende (2000) e Maciel (1995).

Desta forma, como metodologia será utilizada a análise de conteúdo para identificar os temas/pautas do Jornal Nacional e analisar os valores-notícia utilizados. Para isso, a técnica de amostragem escolhida foi a semana construída. Desta forma será analisado uma edição do Jornal Nacional de cada dia da semana em semanas distintas dos meses de abril e maio, até se completarem seis edições, considerando que o telejornal vai ao ar de segunda-feira a sábado. Já para identificação dos valores-notícia serão utilizadas duas edições, devido à grande quantidade de amostragem. A sistematização proposta por Silva (2014) será a base para esta análise.

1 AGENDA-SETTING: DO CONCEITO AO FUNCIONAMENTO

A hipótese do agendamento está “camuflada” em textos de jornais, noticiários televisivos e radiofônicos. Está nas palavras, frases e temas com o objetivo de pautar ou silenciar as conversas diárias e até a opinião do público. Vários pesquisadores estudaram e desenvolveram conceitos sobre esta hipótese tão poderosa e impactante.

Segundo Shaw, citado por Wolf (2006), a hipótese do agenda-*setting* defende que o público tem tendência de pautar seus assuntos de acordo com o que os *mass media* incluem ou não em seu conteúdo. Da mesma maneira, definem o grau de importância aos acontecimentos e as pessoas a partir do valor atribuído pelos profissionais da mídia. “Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos” (SHAW, 1979, *apud* WOLF, 2006, p.128).

Para Pena (2005), o agendamento surgiu como um questionamento da nova geração de pesquisadores em comunicação sobre os efeitos midiáticos na sociedade. Assim sendo, estudar sobre agendamento ganha importância, ao ponto que os meios de comunicação de massa estão, cada vez mais, presentes na vida das pessoas como disseminadores de informações (COLLING, 2002).

De maneira geral, o agenda-*setting* não pretende persuadir o público, mas apresentar o que é necessário se discutir e ter uma opinião. Assim, grande parte do que as pessoas compreendem sobre a realidade social é fruto do que os *mass media* fornecem. (WOLF, 2006). Neste sentido, Hohlfeldt (1997) conclui que a agenda da mídia se constitui também na agenda individual e mesmo na agenda social. Sofremos influência da mídia a médio e longos prazos, incluindo em nossas preocupações diárias determinados temas, que de outra maneira, não chegariam até nós e, muito menos seriam temas de nossa agenda.

Ainda, Pena (2005) acredita que é preciso um longo período de tempo para avaliar a influência da mídia em hierarquizar os acontecimentos e agendá-los, como um efeito cumulativo. Ou seja, quanto mais tempo a mídia abordar, de maneira frequente e cotidiana determinado assunto, mais ele é agendado. Esta presença constante de determinados assuntos na mídia se deve à acumulação, que também influencia na concepção das pessoas sobre os fatos transmitidos.

O modo de hierarquizar os acontecimentos ou os temas públicos importantes, por parte de um sujeito, assemelha-se à avaliação desses mesmos problemas feita pelos *mass media*.

Neste sentido, muitas vezes, os fatos apresentados são representações da visão e das conclusões dos *mass media*, sendo assim a imagem que os profissionais constroem acaba por ser “distorcida, estereotipada ou manipulada” (ROBERTS, 1972, *apud* WOLF, 2006, p. 144). Portanto, para Wolf (2006) a hipótese coloca o problema de uma continuidade a nível cognitivo, com distorções nas fases de produção, dos critérios de relevância e de organização dos fatos. Assim, a construção da reportagem passa pela visão do *mass media*, que muitas vezes transforma um fato para o seu benefício, em busca de mais atenção e audiência, sendo capaz de distorcer fatos, usar de sensacionalismo, não levar em consideração valores do jornalismo e a ética profissional.

Para Holfeldt (1997), a influência do agendamento pela mídia depende do grau de exposição a que o receptor está exposto, do tipo de mídia envolvida, da relevância e interesse por parte do receptor. Ainda “a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver” (HOLFELDT, 1997, p. 22).

Os *mass media* participam, através da hipótese defendida pela teoria do agendamento, na construção da realidade de cada indivíduo. Cada um utiliza das informações que acumulou, suas expectativas, competências e necessidades, juntamente com a nova imagem que o profissional transmitiu, para construir sua ideia de realidade. Desta forma, o papel do *mass media* vai muito além da construção diária da agenda do público, mas sim da construção da sua realidade social.

A influência do *mass media* sobre a agenda do público também irá variar, de acordo com Wolf (2006) a partir do tema abordado. Cada pessoa possui ou não um conhecimento, uma experiência direta ou pessoal com certos assuntos, e isso tornará possível a influência cognitiva dos *mass media*. Neste sentido, os efeitos do agendamento irão variar de acordo com o tipo de público, sendo todos atingidos. Por exemplo, quando o assunto for vagas de emprego, o público diretamente atingido serão os desempregados, mas empresários também serão interessados. Quando o assunto for de utilidade pública, a maioria da população tem interesse.

Segundo Holfeldt (1997), na maioria das vezes a agenda de um meio de comunicação está relacionada à agenda de seus destinatários, do seu público-alvo. Ou seja, cada meio de comunicação possui sua agenda específica e o seu *mass media* escolherá os assuntos que merecem destaque, pois os temas não são igualmente importantes.

Wolf (2006), explica que a tematização é outro elemento que se insere no agendamento. Classificam-se determinados acontecimentos e fatos de acordo com sua relevância. Esse

processo facilitará no momento de selecionar os grandes temas para mostrá-los para o público. Mais que o número de informações e os tipos de conhecimento, o caráter público do acontecimento, sua relevância são dimensões implícitas que influenciam na tematização. Algumas pautas e temas não são possíveis de serem tematizadas, mas possuem uma importância social, por isso não deixam de serem divulgadas (WOLF, 2006).

[...]modalidade particular: tematizar um problema significa, de facto, colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, dar-lhe relevo adequado, salientar a sua centralidade e o seu significado em relação ao fluxo da informação não-tematizada.[...] (WOLF, 2006, p. 163).

McCombs (1976) defende que a hipótese do agendamento desenvolve-se a partir da curiosidade em saber como as pessoas organizam e estruturam a realidade e, assim, descobrir quais as estratégias utilizadas pelos indivíduos para construir seu próprio mundo. Neste contexto, para alguns *mass media*, a frequência com que um tema aparece seria uma forte indicação para os sujeitos avaliarem sua importância (MCCOMBS, 1976, *apud* WOLF, 2006).

Desta forma, estudar agenda-setting, é buscar entender as estratégias utilizadas pelos veículos de comunicação para atingir o público. Entender como é possível, através de meios de comunicação influenciar a opinião das pessoas. Pois, os comunicadores utilizam de seus conhecimentos sobre como as pessoas constroem a sua realidade, para transmitir as informações da maneira mais impactante e eficaz.

Um trabalho de Larsen (1983) concluiu que os processos que envolvem a compreensão e a memória também influenciam nos efeitos de agenda-setting. Quando se trata de memorização, o indivíduo concentra-se mais na informação já adquirida do que na nova, pois há familiaridade com o tema (LARSEN, 1983, *apud* WOLF, 2006). Para Hohlfeldt (2006), devido ao grande fluxo informacional, nos dias de hoje o sujeito acaba involuntariamente, ou voluntariamente, armazenando o que assiste, lê e ouve.

Segundo Wolf (2006), existem três tipos de agenda do público. A primeira é a chamada agenda intrapessoal (ou realce individual) e trata-se de uma importância pessoal a determinado tema, de acordo com suas prioridades. A segunda é a chamada agenda interpessoal (realce comunitário) sobre a importância que um grupo de pessoas atribui a determinados temas, o que se fala e se discute entre os sujeitos. Por último, a terceira agenda é relativa à percepção que um sujeito possui do estado da opinião pública, o que o indivíduo pensa que os outros atribuem a algum tema, as tematizações (WOLF, 2006).

A agenda intrapessoal é a mais utilizada nas pesquisas em comunicação, por ser mais próxima dos efeitos diretos entre os conhecimentos repassados pelos *mass media*. Ainda é a agenda frequentemente observável nas metodologias utilizadas (WOLF, 2006).

Wolf (2006) e Hohlfedlt (1997) têm em comum alguns conceitos básicos em torno do agendamento. Ambos referem o *framing*, que é o enquadramento que cada mídia faz de determinado assunto, seleção de certos aspectos. Ainda, destacam a relevância, que é a fase que cabe ao *mass media* tornarem um acontecimento notícia ou não. E também a focalização, a forma que a mídia aborda determinado tema. Além disso, os dois autores comentam sobre a tematização e a centralidade, já citados anteriormente.

Uma pesquisa sobre a campanha presidencial americana de 1972, realizada por McClure e Patterson (1979), revelou que os efeitos da hipótese do agenda-*setting* são maiores em usuários de jornais locais e não em consumidores de informação televisiva. (MCCLURE; PATTERSON, 1979, *apud* WOLF, 2006). Para Wolf (2006), cada meio de comunicação possui um poder de influenciar diferente:

[...]As notícias televisivas são demasiado breves, rápidas, heterogêneas e acumuladas numa dimensão temporal limitada, isto é, são demasiado fragmentárias para terem um efeito de agenda significativo. As características produtivas dos noticiários televisivos não permitem, portanto, uma eficácia cognitiva duradoura, ao passo que a informação escrita possui ainda a capacidade de assinalar a diferente importância dos problemas apresentados[...] (WOLF, 2006, p. 148).

Já Wolf (2006) defende que a mediação simbólica realizada por cada *mass media* varia de acordo com o seu veículo comunicacional, que precisa lidar com as pressões e as condições de produção. Muitas vezes, a informação televisiva cotidiana é demasiadamente fragmentada, impedindo que o público construa um quadro cognitivo, o que gera uma situação de aprendizagem impossível.

A televisão possui um efeito de agenda específico e particular, assim como cada meio. Algumas características da mídia televisiva facilitam no momento de obter os efeitos de agenda-*setting*

[...]a cobertura televisiva determina um relevo especial em circunstâncias tais como a interrupção da programação normal para informar sobre acontecimentos <<extraordinários>>, a utilização de uma apresentação visual, eficaz e envolvente, dos acontecimentos noticiados, a cobertura ao vivo, em direto, de um acontecimento[...] (WOLF, 2006, p.148).

Quando se aborda a eficácia de agendamento de um meio de comunicação, uma série de fatores está sendo levado em consideração: relativos às tecnologias comunicativas, aos formatos informativos de cada meio e aos gêneros. Para Wolf citando McCombs (1976), “o caráter fundamental da agenda parece ser estruturado pelos jornais, enquanto a televisão reordena ou ressystematiza os temas principais da agenda” (MCCOMBS, 1976, *apud* WOLF, 2006, p. 160).

Hohlfeldt (1997) também defende que a mídia impressa possui maior efeito de agendamento que a mídia eletrônica, pelo seu poder de introjeção através da leitura. Já as outras mídias apresentam mais dinamismo e flexibilidade para expandir as informações e complementá-las. Assim, muitas vezes, um tipo de mídia agenda outra.

Ainda, a televisão modifica as formas de percepções e aprendizados, devido à velocidade das edições e à telegrafia da linguagem. “Reflexões profundas e demoradas tornam-se mais difíceis para as gerações que crescem em frente aos aparelhos de TV. O tempo de cognição é outro” (PENA, 2005, p. 144).

A hipótese de agenda-*setting* precisa levar em consideração a lógica da informação, os seus critérios de relevância, os processos envolvidos na atividade comunicativa, influências cognitivas exercidas, a dinâmica organizacional das empresas de comunicação, sua cultura própria e seus critérios de noticiabilidade (WOLF, 2006). Além disso, cada veículo possui o seu agendamento, sendo menos ou mais impactante.

Depois de entender o que existe por trás do ato de informar no jornalismo, é preciso compreender os processos que envolvem a construção da notícia. Conhecer os critérios que tornam ou não um acontecimento em notícia e os valores-notícia que são levados em consideração nessa escolha.

2 DO NEWSMAKING AOS VALORES-NOTÍCIA: CONCEITOS ENVOLVIDOS NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA

Para entendermos como determinados fatos se transformam em notícia, é preciso compreender uma série de critérios, componentes e processos envolvidos. Para esta pesquisa, optou-se por abordar a teoria do *newsmaking*, que constrói uma linha de pensamento a partir da qual a realidade é constituída das notícias divulgadas. Elementos de tais processos, estudamos noticiabilidade e os valores-notícias que funcionam de maneira conjunta e dependente.

Para Pena (2005) a teoria do *newsmaking* defende que a construção dos discursos pelos jornalistas possui uma lógica interna, que envolve as pressões, a falta de tempo e de espaço, os limites financeiros, os padrões editoriais do veículo envolvido. Tudo isso, na opinião do autor, é considerado na elaboração da notícia e, mais do que isso, cria a realidade social para os consumidores. Neste sentido, Schudson (1995) defende:

[...]as notícias mostram como a realidade deve ser vista, colocando o que faz sentido, em que tempo e em que lugar vivemos, o que devemos levar em consideração, como devemos julgar, como devemos pensar. Assim, vai construindo a nossa visão da realidade[...] (SCHUDSON, 1995, *apud* TRAQUINA, 2005, p.171).

Franciscato (2014) diz que a partir da década de 1970, pesquisadores começaram a observar como o ritmo produtivo imposto nas redações, a estrutura organizacional do veículo, seus critérios de economia de tempo e recursos, interferem na coleta, seleção e edição das informações pelo jornalista.

Wolf (2006) defende que o estudo do *newsmaking* envolve duas abordagens: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos. Ou seja, no primeiro caso, cada profissional possui suas ideologias, estereótipos, tipificações, o que equivale também às práticas profissionais de cada *mass media*. Já na segunda abordagem, são definidas convenções das etapas de produção da notícia, elencando um conjunto de critérios e relevância, fazendo com que entre em campo o que o autor chama de noticiabilidade e que será discutida ainda neste capítulo. Ambos, a teoria do *newsmaking* e a noticiabilidade, estão extremamente relacionados. São eles que irão definir se o acontecimento será ou não notícia.

Vizeu (2003) cita um estudo realizado por White (1993) que comprova a presença da teoria do *newsmaking* nas redações. Ele concluiu que a seleção realizada pelos jornalistas é subjetiva e arbitrária, sempre seguindo a linha editorial e a política dos jornais. Assim, o

jornalista se conforma com as normas do veículo e deixa de lado as suas ideias e ideais (WHITE, 1993, *apud* VIZEU, 2003).

Neste sentido, o profissional da redação não possui liberdade para escolher a matéria que deseja produzir, e também o que deve conter o texto. Ele deve seguir os critérios estabelecidos pelo veículo. Pode-se afirmar, então, que cada jornal, revista, emissora de rádio ou de televisão possui o seu próprio “*newsmaking*”.

Por esse motivo, é preciso entender o processo de produção da notícia, o que compõe o *newsmaking*. Para Tchuman (1978), construir a notícia é como uma rotina industrial, um todo planejado. Os jornalistas devem seguir etapas de produção e limites organizacionais. Um dos motivos de tais regras é o grande número de pautas, a falta de tempo para produção e de espaço para divulgação, criando assim técnicas nas redações (TCHUMAN, 1978, *apud* PENA, 2005).

É importante salientar que para os fins dessa pesquisa, a notícia será definida como “um conjunto de informações que se relaciona a um mesmo espaço temático, tendo um caráter de novidade, proveniente de uma determinada fonte e podendo ser diversamente tratado” (CHARADEAU, 2012, p. 132). Assim, a notícia possui características básicas, o novo, uma fonte, um tema e determinada abordagem. Como define Cunha (1990):

[...] Não podemos deixar de entender que a notícia é a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo da atividade e que, no julgamento do jornalista, interessa ou tem importância social no fato que em si representa, tanto em termos de repercussão, como de entendimento ou interesses [...] (CUNHA, 1990, p.12).

O processo de produção da notícia inicia na seleção do fato. Charadeau (2012) define que existem os critérios de seleção das notícias, que podem ser externos, voltados para o modo de aparição do acontecimento, ou internos, em que cada mídia possui os seus critérios do que pode ou não interessar ao público. Estratégias como atualidade e efemeridade são básicas para a notícia ser construída.

Assim, selecionar os fatos é o primeiro passo para construir a notícia. Porém, este processo envolve uma série de exigências, como a relevância social, a proximidade espacial, utilidade pública. Na prática, cada veículo possui os seus principais critérios de seleção, de acordo com sua linha editorial. Ou seja, este processo está extremamente relacionado com a noticiabilidade.

Para Charadeau (2012) a seleção das notícias é composta por dois processos: por um lado, os jornalistas realizam julgamentos de disponibilidade, por outro, os jornalistas fazem

juízos de adequabilidade. Em suma, eles levam em consideração a disponibilidade das fontes e se o conteúdo faz parte das preferências e expectativas do leitor (CHARADEAU, 2012).

O que é comum é que acontecimento deve possuir características básicas para ser transformado em notícia. A primeira é o quadro temporal que definirá o fato como atualidade, o factual, o que está acontecendo agora. A proximidade espacial, as pessoas querem saber sobre o fato que aconteceu próximo a elas. Também a hierarquia dos acontecimentos, que irá variar.

Decidir a maneira como o acontecido será tratado também faz parte da construção da notícia. Isso irá depender do formato, da qualidade do material apurado, dos prazos, dos custos e do público-alvo. Sempre se orientando pela veracidade dos fatos, a objetividade ao transmitir a notícia, pensar no que interessa ao público e buscar apresentar os dois lados dos fatos.

Para entendermos melhor o conceito de noticiabilidade, Silva (2005) a define como qualquer fator capaz de agir no processo de produção da notícia, como as características do fato, os juízos pessoais do jornalista, as condições do veículo comunicacional, a relação com as fontes e com o público, fatores éticos, circunstâncias sociais, políticas e históricas.

O processo da noticiabilidade inicia na origem dos fatos, na primeira seleção dos acontecimentos. Isso irá variar de acordo com cada profissional e veículo. Em suma, Wolf (2006) define noticiabilidade como:

[...]corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias [...] (WOLF, 2006, p.190).

Vizeu (2003) diz que a noticiabilidade está relacionada com os processos de rotinização e estandardização das práticas produtivas, ou seja, com as regras rígidas e fechadas dos veículos comunicacionais. Por isso, ele defende práticas produtivas mais estáveis. Acaba que a “noticiabilidade constitui-se um elemento de distorção involuntária da cobertura informativa dos *mass media*” (VIZEU, 2003, p. 82).

Neste sentido, os meios de comunicação estão “reféns” a lógica econômica do mercado, limitando-se a satisfazer os “interesses imediatos das entidades ligadas ao negócio da informação”, o que deixa de lado as responsabilidades com a sociedade (MATTA, 1981, *apud* VIZEU, 2003). Ou seja, os jornalistas acabam publicando os interesses da hierarquia e a população no geral, que confia no que está sendo noticiado sai perdendo.

Por outro lado, os critérios de noticiabilidade acabaram se tornando recursos de reconhecimento do fato como notícia para os jornalistas, facilitando no momento da construção da notícia. Esse conceito também atinge a sociedade, que leva em consideração os relatos noticiados para construir a sua opinião (FRANCISCATO, 2014).

Os valores-notícias são um dos componentes da noticiabilidade. Eles que irão avaliar se o fato é realmente significativo e relevante para ser transformado em notícia. Normalmente, cada veículo possui determinados valores-notícias a serem seguidos pelos seus profissionais.

Para Golding e Elliot (1979) os valores-notícia são utilizados de duas maneiras. A primeira para selecionar os elementos válidos de participarem do produto final, ou seja, decidir o que vai ao ar ou não. A segunda maneira é servir como linhas-guias, isto é, sugerir o que deve ser enfatizado, omitido, priorizado. Quanto mais valores-notícia o acontecimento apresenta, maiores são as possibilidades de ele ser incluído no produto informativo (GOLDING E ELLIOT, 1979, *apud* SILVA, 2014). Ou seja, eles funcionam em pacotes, nunca estão sozinhos, uma notícia nunca irá apresentar apenas um valor-notícia, mas sim uma associação de vários. A presença de tais características mostra o quanto o acontecimento é relevante e deve ser noticiado.

Neste sentido, Vizeu (2003) afirma que são as diferentes combinações e relações de valores-notícias que vão determinar a relevância do acontecimento, o seu interesse para o público e sua significância social. Assim, eles irão participar de todo o processo de produção da notícia, desde a captação até a apresentação. Correia (1997) ressalta algumas advertências sobre o uso dos valores-notícia:

[...] se aplicam em todas as fases da atividade jornalística; não se constituem necessariamente como impedimentos ao trabalho do jornalista; não funcionam isoladamente, mas em diferentes combinações e de forma negociada; fazem parte da cultura profissional dos jornalistas, constituindo-se não em critérios abstratos ou pontuais, mas sim num quadro de avaliação racionalizado e interiorizado pelos jornais[...] (CORREIA, 1997, *apud* SILVA, 2014, p.105).

Traquina (2005) explica que os valores-notícia estão “enterrados” nas rotinas das redações. Estão relacionados com o contato dos jornalistas com as suas fontes, que influenciam na percepção do *mass media* quanto ao valor-notícia do acontecimento. Muito além disso, ele defende que os valores-notícia são um código ideológico, ou seja, mostram uma forma de ver o mundo e suas características e traçam representações. Por trás de apenas selecionar a notícia, estes valores escondem uma maneira de ver o mundo e muitos ideais do veículo.

Desta forma, Silva (2014) explica que as organizações jornalísticas devem “desenvolver uma capacidade de aplicação dos valores-notícia de referência no seu trabalho”, ou seja, um mecanismo fácil e estruturado para facilitar o trabalho do jornalista (SILVA, 2014, p. 79). Ao mesmo tempo, precisa saber justificar a escolha destes valores-notícia, para poder avaliar o seu trabalho.

Traquina (2005) explica que apesar das mudanças históricas no jornalismo, os valores-notícia não variaram muito.

[...] Os valores-notícia não são tão imutáveis, com mudanças de uma época histórica para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional. [...] (TRAQUINA, 2005, p. 95)

Por outro lado, Vizeu (2003) defende que os valores-notícia mudam o tempo todo, são dinâmicos. Acompanham as mudanças dentro do meio jornalístico, principalmente as que acompanham a tecnologia, e assim há sempre uma redefinição destes valores. Isto é, não param no tempo, se transformam, se adaptam, evoluem de acordo com as mudanças sociais e dos meios de comunicação.

Como nesta pesquisa, muitas vezes, os valores-notícia são utilizados no campo de estudos específicos:

[...] constituem também referências para a operacionalidade de análise de notícias, permitindo identificar similaridades e diferenciações na seleção ou hierarquização de acontecimentos em diversos veículos da imprensa. [...] Podem ter utilidade não só no estudo de fatos noticiáveis, mas no que diz respeito a acontecimentos noticiados. [...] (SILVA, 2014, p.100)

Ao longo dos anos, vários autores definiram seus elencos de valores-notícia. Segundo Traquina (2005), a primeira tentativa de sistematizar os valores-notícia utilizados no campo jornalístico foi de Galtung e Ruge. Os autores utilizaram a pergunta: “como é que os acontecimentos se tornam notícia?” e elencaram doze valores: frequência, amplitude do evento, clareza ou falta de ambiguidade, significância, consonância, inesperado, continuidade, composição, referência a pessoas e nações de elite, personificação e negatividade (TRAQUINA, 2005).

Para Silva (2014), a classificação parte dos macro-valores-notícia ou pré-requisitos, que são determinantes para os valores-notícia. São eles: atualidade, importância, interesse,

negatividade, imprevisibilidade, coletividade, repercussão e continuidade. O princípio básico do jornalismo é o fato ser novo, *atual*, as pessoas querem saber o que está acontecendo agora, ao redor. Relacionado ao quadro temporal, “o tempo da notícia é o tempo presente” (PARK, 1955, *apud* SILVA, 2014).

Para Silva (2014) a *importância* segue alguns princípios: revela o nível hierárquico envolvido no fato; o impacto sobre o país; a quantidade de pessoas envolvidas; e a relevância do acontecimento. Já o *interesse* está ligado ao que pode chamar atenção do público, o que os indivíduos gostariam de saber. *Negatividade* remete ao trágico, envolve o lado emocional e social das pessoas. Além disso, as notícias negativas são mais inesperadas do que as positivas (TRAQUINA, 2005).

A *imprevisibilidade* remete ao inesperado e ao raro, foge da rotina. Diretamente relacionado com a novidade, surpreende, diferencia. *Coletividade* envolve muitas pessoas, um grande grupo. *Repercussão* irá atingir vários grupos sociais (SILVA, 2014).

Continuidade é quando uma notícia permanece na agenda, ou seja, os fatos relacionados a ela são atualizados. “São capazes de mobilizar o sujeito-leitor não o saturando, mas garantindo a sua atenção pela variedade de ‘paisagens informativas’ (SILVA, 2014, *apud* PONTE, 2005, p.80).

Para Wolf (2006), os valores-notícia, também chamados de fatores de notícia e valores informativos, estão divididos em valores-notícia de seleção e de construção. Os valores de seleção são utilizados no momento de decidir se o acontecimento irá se tornar ou não notícia. Já os valores de construção são aqueles que serão incluídos na elaboração da notícia. Vale lembrar, que apesar de participarem do processo de construção noticiosa, o que determina a produção da notícia e sua qualidade são os critérios de noticiabilidade (SILVA, 2014).

A seleção está inserida na escolha do fato que vai se tornar notícia, estão subdivididos em: critérios substantivos e critérios contextuais. Os critérios substantivos são aqueles que avaliam o acontecimento pela sua importância e interesse. Para Traquina (2005) eles são: relevância, tempo, inesperado, notabilidade, controvérsia, novidade, conflito e infração.

A *relevância* informar o público sobre algo que possui impacto sobre suas vidas, está estritamente relacionado com os valores *interesse* e *importância*. *Tempo* é um valor-notícia na forma de atualidade, ou seja, aquilo que acabou de acontecer ou está acontecendo. *Inesperado* ou *imprevisibilidade*, como já citado, trata-se do fato que irrompe e surpreende. A *notabilidade* a qualidade de ser visível, de ser tangível, aquilo que modifica a realidade do público.

Controvérsia ou *conflito* estão relacionados a presença de violência, disputas, brigas, guerras e reivindicações. *Novidade* define aquilo que é novo, visto pela primeira vez. *Infração* é tudo aquilo ligado ao desrespeito de regras e leis, o crime.

Já os critérios contextuais são as condições de produção da notícia, utilizados para a apresentação do material. Traquina (2005) os define: disponibilidade, visualidade, equilíbrio, concorrência e o dia noticioso.

Disponibilidade é a facilidade de realizar a cobertura jornalística. Já a *visualidade* refere-se aos elementos visuais, os filmes, fotografias, boas imagens. *Equilíbrio* está relacionado a quantidade de notícias sobre um assunto, que já foi veiculado na empresa jornalística. A *concorrência*, disputa entre veículos do mesmo meio. Os acontecimentos do dia irão determinar o *dia noticioso*, o que será transformado em notícia irá variar com os eventos do dia.

Os valores-notícia de construção são aqueles que merecem destaque na produção da notícia, são eles: amplificação, dramatização, personalização, simplificação e relevância. Quanto mais *amplo* o fato, mais públicos puder atingir, maior será a notabilidade da notícia. A *dramatização* está relacionada aos aspectos emocionais do acontecimento, ao melodrama da notícia. *Personalização* trata-se na valorização dos indivíduos envolvidos no acontecimento. Quanto mais simples a notícia, mais fácil de ser interpretada e compreendida, este é o conceito de *simplificação*.

Todos parecem muito semelhantes, porém cada um possui sua individualidade e faz a diferença em cada etapa. Assim, Traquina (2005), define de maneira muito feliz os valores de cada fase da construção da notícia, por exemplo: no momento da seleção do fato noticioso notabilidade e relevância são fundamentais, não se enquadrando na etapa de construção, onde seriam apenas indicativos. Percebemos que a construção da notícia está envolvida em inúmeros processos. Dentro do *newsmaking*, desta lógica de construção da notícia, estão presentes os critérios de noticiabilidade, suas pressões e deveres e os valores-notícia que irão pautar o que será noticiado. Depois de entender o que está por trás da notícia, é preciso compreender as características do meio do objeto estudado, a televisão, que através do telejornal transmite as notícias.

3 TELEVISÃO, TELEJORNAL E SEUS FORMATOS

Neste capítulo, serão tratadas especificidades do meio jornalístico na televisão. Para analisar um telejornal é preciso entender suas características, a televisão em si, seus gêneros e seus formatos, além dos seus valores-notícias próprios.

Como visto no capítulo anterior, o meio jornalístico segue critérios de noticiabilidade e valores-notícias para a construção de suas notícias, que determinam a produção ou não do acontecimento. No meio televisivo não é diferente. Canavilhas (2001) aponta valores-notícia específicos do telejornalismo: previsibilidade, valor das imagens e custos. Cada um irá variar de acordo com a emissora.

A *previsibilidade* neste meio trata-se, de acordo com Canavilhas (2001) de um planejamento para realizar uma cobertura, uma reportagem, pois um trabalho televisivo demanda de uma grande equipe para sua realização. Além do repórter, o autor lembra que é necessário alguém para captar as imagens, o equipamento adequado, um meio de locomoção.

Neste processo, envolve-se outro valor-notícia apontado por ele, *os custos*. Para realizar todo o trabalho é preciso um grande número de profissionais e equipamentos e isso tudo tem um alto valor econômico. Por isso, grandes produções jornalísticas, coberturas, reportagens, entrevistas especiais, serão realizadas por emissoras que possuem uma maior rentabilidade. Quanto maior a emissora, maiores serão os investimentos.

Outro valor-notícia específico do telejornalismo, na análise de Canavilhas (2001) é o *valor das imagens*. A televisão se diferencia pela transmissão de imagens. Enquanto o jornal é apenas visual, o telejornal é visual e auditivo. Assim, na televisão se explora a narrativa falada, tendo uma grande capacidade para descrever as imagens e os sons, sendo que o texto deve estar casado com a imagem e não o contrário.

[...] A mensagem televisiva multidimensional e multissensorial tende a atuar com mais intensidade sobre o receptor, repercutindo quase diretamente em sua afetividade, sem passar pela mediação do intelecto. Na comunicação audiovisual, portanto, registra-se o predomínio da sensação sobre a consciência, dos valores emocionais sobre os racionais [...] (REZENDE, 2000, p. 40).

Assim a palavra irá cumprir um papel secundário e a imagem uma função primordial. Porém sem a associação da imagem com a palavra não haverá significado, a informação não será transmitida e a imagem sozinha será vazia. Assim, vale o investimento em uma grande

equipe e em bons equipamentos. Será a imagem que envolverá o telespectador no acontecimento.

Antes de entrarmos no estudo do telejornalismo, é importante entender como o meio que o transmite, a televisão, é tão poderosa. Presente em quase todas as casas brasileiras, é o principal veículo de comunicação de massa do país. Rezende (2000) diz que a TV possui um encantamento visual, quase hipnótico. O motivo, como citado anteriormente, é a imagem, gravações do real, cenas que comprovam o acontecimento. Por isso, ela compete com as demais mídias, por prender a atenção das pessoas.

Neste sentido, Maciel (1995) afirma que a televisão é essencialmente imagem. O fato de ter imagens sobre a notícia já comprova a veracidade da informação para o público. A imagem que fascina, somada ao som envolvente, à fala, muitas vezes, com os acontecimentos sendo mostrados ao vivo, prende ainda mais a atenção do telespectador. Por isso, a televisão é considerada um dos meios de comunicação mais poderosos. “A televisão é um dos meios de comunicação mais eficientes porque lida basicamente com a linguagem oral, usada no dia-a-dia e alia a essa característica a imagem da modernidade e eficiência tecnológica” (MACIEL, 1995, p.31).

Marcondes (1988) defende que a televisão como tecnologia faz parte da vida das pessoas e as retira do mundo. Além de possuir o aparelho ser sinônimo de modernidade, consumo e poder, as pessoas não se dão conta da influência que ela exerce. Ligar a televisão se torna um ritual, assistir seus programas é “pertencer” à sociedade (MARCONDES, 1988).

Alguns dos motivos pelos quais a televisão é, talvez, o único meio de acesso às notícias para a maioria da população é a “má distribuição de renda, a concentração da propriedade das emissoras, o baixo nível educacional, o regime totalitário das décadas de 1960 e 70, a imposição de uma hegemonia cultural e até mesmo a alta qualidade de nossa teledramaturgia” (REZENDE, 2000, p.23).

A televisão, através das imagens que transmite, acaba “seduzindo” os telespectadores, que acreditam em tudo o que ela passa. Além disso, por ela ser a única fonte de informação de muitos, acaba-se construindo uma visão do seu país e do mundo de maneira limitada, pois não é sobre tudo que a televisão mostra, e o que mostra é a partir da visão da sua emissora.

Devido a imensa quantidade de programas transmitidos pela televisão, Souza (2004) divide a programação televisiva em categorias, gêneros e formatos. As categorias atendem a necessidade de classificar os gêneros correspondentes, ou seja, separar os programas televisivos

em grupos, de acordo com o assunto tratado. As três categorias principais são: entretenimento, informativo e educativo.

Já os gêneros são, na avaliação do autor, a união de programas com as mesmas características em comum. Dentro da categoria informativa são eles: debate, documentário, entrevista e telejornal. Os formatos são as características gerais de um programa de televisão, a forma do programa e o tipo de produção. Entre eles estão: ao vivo, auditório, câmera oculta, capítulo, debate, depoimento, documentário, dublado e entrevista (SOUZA, 2004).

Em suma, cada gênero possui o seu formato específico e ambos são frutos da categoria que pertencem. Todos estão sempre ligados. Todos parecem muito parecidos, mas esta divisão é fundamental no momento de construir produções e até analisá-las.

Para os fins desta pesquisa, analisa-se o gênero telejornal, pertencente à categoria informativa, e seus formatos. Começamos pelo telejornal, característico pela apresentação em estúdio, com o (s) âncora (s) chamando reportagens e matérias sobre os fatos mais recentes. Apresentados ao vivo, dão tom de atualidade, em algumas edições possuem entradas ao vivo de repórteres no Brasil e no mundo (REZENDE, 2000).

Pela sua presença constante na vida das pessoas, o telejornalismo cumpre uma função social. Leva a informação ao público na maioria iletrado e sem acesso à leitura, uma maneira de democratizar a informação, as classes baixas também passam a saber o que acontece ao seu redor, deixando de ser privilégio das classes média e alta (CURADO, 2002).

Devido à tamanha importância da televisão na construção da realidade social, as notícias televisivas devem possuir características fundamentais. Uma delas é a *clareza* na construção das frases, nas palavras, na oratória, para facilitar a compreensão da notícia pelo telespectador. Esta característica é tão forte na televisão pelo fato da mensagem ser transmitida apenas uma vez, não como no jornal que há a possibilidade de reler o texto. Como reflete Curado “se o espectador precisar se perguntar se compreendeu o sentido do que ouviu, a notícia não foi dita com clareza” (CURADO, 2002, p. 20).

Outra característica apontada por Cunha (1990) é apresentar a notícia com exatidão e *precisão*. Através de fontes confiáveis, transmitir fatos verdadeiros, reais, pois o telespectador confia no jornalismo. A *imparcialidade* também é fundamental na visão do autor, para mostrar todos os lados do fato, o sim e o não, o a favor e o contra, a vítima e o réu. Assim esclarece todos os lados, é justo, equilibrado.

Neste sentido, a linguagem coloquial é a mais indicada nos textos dos telejornais. Desta maneira, uma linguagem de comum entendimento para todos os públicos é mais eficaz, pois

“quanto mais palavras forem familiares ao telespectador, maior será o grau de comunicação. Uma mensagem com um texto simples tem capacidade de atingir um maior público” (REZENDE, 2000, *apud* PATERNOSTRO, 1987, p.93). No caso do Jornal Nacional, objeto de estudo desta pesquisa, é essencial para atingir o público-alvo telespectador.

Ainda sobre a linguagem televisiva, Maciel (1995) lembra que é exigida uma linguagem conversada, como se o repórter estivesse contando uma história para um amigo na casa dele. Por isso, a utilização de frases curtas, verbos fortes e afirmativos. O ideal é que cada frase contenha uma ideia pois, diferentemente do meio impresso, no telejornalismo não é possível retornar no texto e reler, a informação é dita apenas uma vez.

Cunha (1990) defende que o telejornalismo altera a realidade dos acontecimentos por meio de recursos ideológicos e técnicos. Um deles é o uso verbal da voz passiva, sem dar nomes oficiais, por exemplo: usar “foi proibido” e não citar o nome do indivíduo ou órgão que proibiu. Outro é o tom sério e rígido, dando um caráter oficial às notícias.

Além disso, a cobertura falada em conjunto com as imagens é capaz de passar emoção, através da entonação da voz, ritmo da fala, imagens impactantes. Antes disso, o repórter realiza a seleção dos dados mais relevantes e a também a edição das imagens que irão determinar ainda mais a reação dos telespectadores (LAGE, 2006).

Assim, como a televisão atinge uma massa populacional muito heterogênea, com diferentes gostos, necessidades e atividades, o telejornalismo deve produzir para atender a todos os públicos. Como defende Bonner (2009) a notícia deve ser clara para todos, independentemente do nível de escolaridade, posição cultural e particularidades culturais regionais.

O pouco tempo nas grades das emissoras faz com que os telejornais condensem ao máximo as notícias. O objetivo é o máximo de notícias no menor tempo possível. Por isso, as matérias se tornam rasas, sem uma maior reflexão e aprofundamento nos temas. Devido esse pouco tempo, o telespectador fica informado pela metade, muitas partes são fragmentadas e personalizadas.

[...] Os noticiários televisivos apresentam a cada edição não uma janela que permite visualizar o mundo, mas constroem por meio de textos, sons e imagens o mundo por meio de sua janela particular, o que envolve desde características intrínsecas ao meio, até diretrizes relativas à política editorial da emissora responsável pela produção/veiculação do telejornal [...] (COUTINHO, 2009, p. 107)

O gênero telejornal utiliza, de acordo com Souza (2004), basicamente quatro formatos para apresentar as notícias: ao vivo, nota, entrevista e reportagem. No *ao vivo* as informações são transmitidas em tempo real simultâneos ao acontecimento, normalmente para atualizar sobre o desenrolar de um acontecimento. Esse formato enfatiza o compromisso do jornalismo com a atualidade, na avaliação do autor.

Entrevista é outro formato. O repórter faz perguntas ao indivíduo com o intuito de extrair ideias, opiniões, informações. As respostas poderão ser opinativas, informativas, informativas-opinativas ou de caráter particular, dependendo do assunto da entrevista. É a maior fonte de informação jornalística, caracterizada pela sua linguagem formal e espontaneidade (REZENDE, 2000). Como Medina (2008) define, a entrevista “é uma técnica de interação social, de interpenetração informativa [...] pode também servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação” (MEDINA, 2008, p. 8). Ou seja, através da entrevista mais pessoas são ouvidas, fontes oficiais e oficiosas complementam a notícia, todos os lados têm a possibilidade de falar. É uma maneira de enriquecer o conteúdo da notícia, dá maior credibilidade.

Para Cunha (1990) a *reportagem* é um levantamento mais aprofundado de determinados fatos de maneira ampla e completa. É uma forma de esgotar um assunto em todas as suas variáveis, decorrências, implicações e opiniões. Ainda, na opinião do autor, a reportagem, de certa maneira, sempre é investigativa devido ao detalhamento dos assuntos e a verificação dos fatos. Além disso, é interpretativa, pois cabe ao jornalista escolher as palavras utilizadas, a ordem das informações.

Maciel (1995) acrescenta que a reportagem é a forma mais completa e complexa de apresentação da notícia na televisão. Sua estrutura começa com a cabeça, seguindo com o *off*, o boletim, as sonoras (entrevistas) e o pé, o fechamento. O importante é que todas as partes estejam em harmonia. A cabeça é a notícia, apresenta o conteúdo da reportagem. Lida pelo âncora, equivale ao *lead* dos jornais impressos. O *off* será a narração do repórter sobre as imagens da notícia, que serve de suporte para a imagem (MACIEL, 1995). O *boletim* é quando o repórter aparece na reportagem, para falar informações importantes que normalmente não tem imagens. Pode ser na abertura, passagem ou encerramento. As *sonoras* são as entrevistas que complementam as informações narradas pelo repórter. O pé é um texto curto lido pelo âncora, utilizado para encerramento da reportagem, para complementar alguma informação (MACIEL, 1995).

Neste sentido, Rezende define reportagem como “a matéria jornalística que fornece um relato ampliado de um acontecimento, mostrando suas causas, correlações e repercussões” (REZENDE, 2000, p. 157). O estilo do repórter e do programa irão definir a concepção do formato da reportagem.

Nota é o relato mais sintético e objetivo de um fato. De acordo com Souza (2004), há dois tipos: nota simples ou “nota pelada”, formado apenas pelo texto falado pelo âncora do telejornal, sem imagens. Segundo Maciel (1995), a nota pelada é utilizada para suprir a falta de imagens sobre o acontecimento e para dar mais ritmo ao telejornal. O outro tipo, a nota coberta, conta com imagens do acontecimento e narração em *off* do âncora. Normalmente é dividida em duas partes com uma sequência lógica: cabeça e *off*.

Para diferenciar os formatos, Pena (2005) explica que a nota será a descrição de um acontecimento que está em processo de configuração, assim é mais frequente na rádio e na TV. Já a reportagem é um relato mais aprofundado de um acontecimento que já repercutiu na sociedade (PENA, 2005). Isto é, a nota será um resumo do acontecimento, ou ainda uma informação nova de algo que já foi noticiado. Já a reportagem irá apresentar outros pontos de um acontecimento, explorar novos pontos de vista.

Para completar, outro elemento específico do telejornalismo é a escalada, que são as manchetes do telejornal faladas pelos apresentadores, no início do noticiário. São frases curtas que têm como objetivo atrair a atenção do telespectador para continuarem a assistir à edição. “Se fossem impressos, corresponderiam aos títulos da primeira página de um jornal” (CURADO, 2002, p.136).

Neste sentido, estudar sobre o meio televisivo e suas especificidades é fundamental para a realização de tal pesquisa. Pois, percebe-se que a televisão não é somente o que nós assistimos, mas há um poder enorme com ela. Além disso, conhecer seus gêneros e formatos, principalmente o telejornal é entender o seu funcionamento e seus objetivos.

4 METODOLOGIA

A teoria do Agendamento está presente na maioria dos veículos de comunicação, televisão, rádio, jornal. Desta maneira, também está no telejornal Jornal Nacional da Rede Globo que através da escolha de suas notícias e por consequência de suas editorias irá pautar os assuntos discutidos pelos indivíduos ou não pautar outros. Nesse capítulo vamos apresentar o telejornal Jornal Nacional, sua história e características. Após, a forma como sua produção será analisada para essa pesquisa.

4.1. Apresentação do Objeto de Pesquisa

O Jornal Nacional da Rede Globo foi ao ar pela primeira vez no dia 1º de setembro de 1969, transmitido simultaneamente ao vivo, para Porto Alegre, Brasília, Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte e Curitiba. O primeiro telejornal transmitido em boa parte do Brasil era gerado do Rio de Janeiro e retransmitido pelas emissoras regionais, através de um sistema de micro-ondas e por satélite (REZENDE, 2000). Bonner (2009) define:

[...]O Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias [...] Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: com um texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse público por eles – mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato [...] (BONNER, 2009, p.13).

Segundo o site do Jornal Nacional o telejornal surgiu com o objetivo de competir com o Repórter Esso, da TV Tupi, além dos interesses políticos e mercadológicos. O Jornal Nacional foi o projeto pioneiro para transformar a Globo na primeira rede de televisão do Brasil.

Com a direção do jornalista Armando Nogueira, apresentação de Cid Moreira e Hilton Gomes, foi o primeiro a transmitir notícias em cores e imagens internacionais ao vivo. Surgiu em plena Ditadura Militar, sofreu censura, limitações jornalísticas e por isso, optou por ocupar a maior parte do noticiário daquela época com reportagens internacionais (CARDOSO, 2013).

Mesmo assim, o telejornal conquistou credibilidade pelos brasileiros, tornando-se o programa de mais audiência da história da TV brasileira. Seguindo o modelo norte-americano

de telejornalismo e o progresso tecnológico, foi conquistando audiência. Em 1979, alcançava a marca de 79,9% da audiência nacional (REZENDE, 2000).

[...]Há 35 anos, todas as noites, sete em cada dez aparelhos de televisão ligados sintonizam o Jornal Nacional da TV Globo. Este é um fenômeno raro – senão o único em termos mundiais – tanto pela longevidade do programa como pela permanente liderança de audiência [...]” (MENDES, 2006, *apud* RIBEIRO, 2004, p. 14).

Ao longo dos anos, o telejornal foi sofrendo mudanças estéticas, na apresentação, na produção das notícias, na duração, na linguagem e na abordagem dos temas, bem como a audiência também sofreu quedas. Segundo Cardoso (2013), o Jornal Nacional é assistido diariamente por 31 milhões, cerca de 68% dos televisores do Brasil.

Segundo pesquisa realizada pelo Ibope em 2015, a média de audiência nesse ano foi de 25,7 pontos. Cada ponto equivale a 67 mil domicílios. Houve um aumento do *share*, ou seja, o número de televisores ligados no telejornal. Em 2014, foram 37% (ou 37 de cada 100 televisões ligas na cidade de São Paulo).

Atualmente o editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional é o jornalista William Bonner, o editor-chefe adjunto é Luiz Fernando Ávila e a editora-executiva e apresentadora é Renata Vasconcelos. O telejornal tem exibição de segunda-feira a sábado, das 20h30min às 21h15min.

Para comemorar 50 anos no ar, o Jornal Nacional passou, em abril deste ano, por uma transformação estética, com um novo cenário, onde os apresentadores chegam a ficar de pé para interagir com o telão. A reformulação apresentou um estilo mais dinâmico, com mais diálogo entre os apresentadores e o repórter e mais informalidade.

4.2. Metodologia de Pesquisa

Para realizar a presente pesquisa, que busca compreender como a hipótese do agendamento é utilizada no Jornal Nacional da TV Globo, foi escolhido a metodologia da análise de conteúdo em jornalismo. Quando se realiza a análise de conteúdo, há uma busca em desvendar significados nos conteúdos jornalísticos, o que está por trás de apenas “informar”, pois, estes significados estão cheios de interesses, objetivos e ideologias que buscam transmitir determinadas mensagens. Como explica Herscovitz (2008):

“[a análise de conteúdo] é um método eficiente e replicável que serve para avaliar um grande volume de informação manifesta cujas palavras, frases, parágrafos, imagens ou sons podem ser reduzidos a categorias baseadas em regras explícitas, previamente definidas com o objetivo de fazer inferências lógicas sobre mensagens[...]” (HERSCOVITZ, 2008, p.125).

Neste estudo serão abordados, através da análise de conteúdo, o agendamento de notícias no Jornal Nacional, além dos valores-notícias de cada conteúdo agendado. Optou-se por essa análise pois este método ajuda a buscar compreender os dilemas cotidianos dos profissionais que produzem jornalismo em uma grande emissora, a entender a lógica envolvida nos seus processos de construção.

Segundo Weber (1990) para uma análise de conteúdo completa é preciso levar em consideração os aspectos quantitativos e qualitativos. Ambos devem ser avaliados juntos, integrados, já que os textos estão sujeitos a várias interpretações. Sendo assim, é preciso avaliar os conteúdos publicados, de acordo com o contexto, o veículo vinculado e o seu público, além da frequência que os conteúdos aparecem (WEBER, 1990, *apud* HERSCOVITZ, 2008).

Segundo Herscovitz (*apud* KRIPPENDORF, 2004) o primeiro passo para a análise de conteúdo é escolher o conteúdo a ser analisado, ou seja, o objeto de estudo, como são definidos e suas delimitações. Cabe ao pesquisador concluir se o objeto é o ideal ou não. Neste caso, o objeto de estudo escolhido foi um dos veículos de maior alcance no país, o Jornal Nacional da Rede Globo, com quase 46 anos de história.

O próximo passo, de acordo com os autores, é realizar a seleção da amostra, que varia de acordo com a abordagem metodológica do estudo. Para análise do agendamento de notícias do Jornal Nacional, a técnica da amostra construída foi utilizada, em que é selecionado cada dia da semana de uma semana distinta. No total serão analisadas seis edições do Jornal Nacional, ou seja, uma semana artificial (o telejornal vai ao ar de segunda a sábado). Esta técnica foi eleita por apresentar amostras bem variadas, buscando evitar a repetição de temas e uma distribuição justa.

Sendo assim, para esta análise de conteúdo quantitativa foram escolhidos os telejornais apresentados nos seguintes dias: 06/04/15 (primeira segunda-feira do mês de abril); 14/04/15 (a segunda terça-feira do mês de abril); 01/04/15 (primeira quarta-feira do mês de abril); 30/04/15 (quinta quinta-feira do mês de abril); 08/05/15 (segunda sexta-feira do mês de maio) e 16/05/15 (terceiro sábado do mês de maio). A amostra de quarta-feira seria a do dia 22/04/15, porém como esta foi uma edição especial, em comemoração aos 50 anos de jornalismo da Rede Globo, foi substituída pela do dia 01/04/2015. Optou-se por uma edição mais habitual, isenta

de um conteúdo especial tão extenso, como foi o caso da edição comemorativa. Totalizando 129 veiculações no período analisado. A amostra foi eleita numa semana construída que contemplou três edições anteriores à mudança estética ocorrida em 27 de abril e três edições posteriores.

Outra etapa prevista para a análise de conteúdo é pensar como se dará a análise, momento em que se leva em conta observações indiretas e definições teóricas, estabelecendo os indicadores, as dimensões e os atributos (HERSCOVITZ, 2008). Neste processo, foram eleitos como indicadores de análise as editorias do Jornal Nacional, seguidas dos valores-notícia categorizados por Silva (2014). Buscando complementar a análise, também serão avaliados o tempo e os formatos das matérias.

É importante constar que, em virtude da grande quantidade de matérias veiculadas em cada edição do telejornal, para a análise de conteúdo relativa aos valores-notícia foram escolhidas apenas duas edições. Assim, foram escolhidas aleatoriamente as edições dos dias 06/04/15 (segunda-feira) e 30/04/15 (quinta-feira). A análise foi realizada a partir da tabela elaborada por Silva (2014), que catalogou os valores-notícia apontados por diferentes autores, como Nelson Traquina, Mauro Wolf e Michael Kunczik.

Por fim, é importante citar que o quadro que apresenta a previsão do tempo não foi levado em consideração, tendo em vista ser repetido diariamente.

Tabela 1 - Valores-notícia

Proposta de tabela de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis/noticiosos	
IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINÊNCIA Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação	ENTRETENIMENTO/ CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração

Proposta de tabela de valores-notícia para operacionalizar análises de acontecimentos noticiáveis/noticiosos	
POLÊMICA Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/ CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/ DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/ Crime Suspense Emoção Interesse Humano	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: SILVA, 2014, p. 104.

5 Análise

Para atingir o objetivo proposto nesta pesquisa, identificar o agendamento de notícias no Jornal Nacional da Rede Globo e os valores-notícias mais presentes, parte-se para a análise das edições selecionadas. Inicialmente será desenvolvida a análise das temáticas agendadas, com avaliação do tempo e formatos e na sequência será feita a análise de valores-notícia.

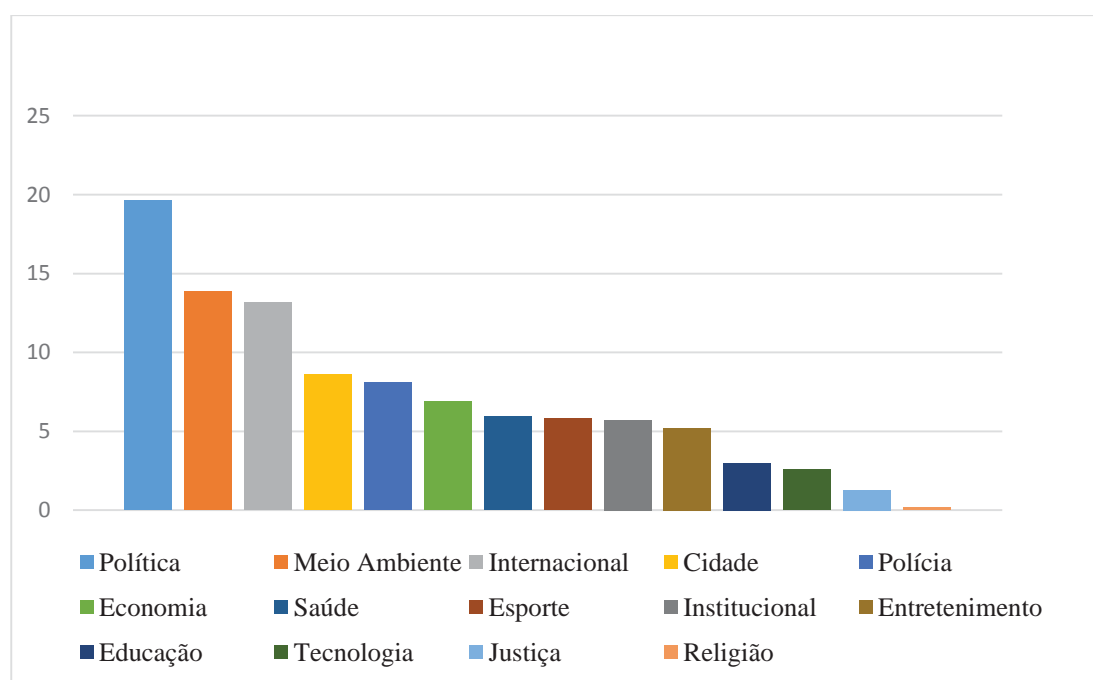
5.1. Análise do agendamento temático

Para analisar o agendamento foram utilizadas seis edições do telejornal, sendo realizada uma análise quantitativa do tempo dedicado a cada editoria pelo telejornal e o formato utilizado para cada matéria.

No total, foram 14 as editorias identificadas, cada uma com a separação em reportagem/nota pelada/nota coberta/ao vivo, a partir das definições apresentadas por Souza (2004). Neste quesito, também foi relevante a consideração de Pena (2005) que afirma que quanto mais tempo de frequência a mídia aborda determinado assunto, mais ele é agendado pelo público.

5.1.1. Tempo dedicado a cada editoria

Gráfico 1 - Tempo dedicado a cada editoria (%)



Fonte: a autora.

Política: Com o maior percentual de tempo 19,64% (35min03s), é a editoria mais presente na amostragem analisada do total avaliado nesta pesquisa. Além de ser a com o maior número de veiculações, 29, presente em todas as edições analisadas. O tempo está dividido em 13 reportagens, 11 notas peladas e cinco notas cobertas. Frequentemente, tudo sobre política é apresentado em ordem, ou seja, o tema é abordado com diferentes formatos, mas sempre com o conteúdo em sequência. Diferenciou-se das demais a edição de terça-feira, dia 14 de abril, com dedicação de 10min50s para a editoria, sendo que contou com uma reportagem de 4min14s, sobre a homenagem que a Rede Globo recebeu da Câmara dos Deputados Federais pelos 50 anos de história. A edição de quinta-feira, dia 30 de abril, teve 8min12s de conteúdo ligados à política. A maioria das veiculações trataram da Operação Lava-Jato e de decisões da presidenta Dilma Rousseff.

Meio ambiente: Com o segundo maior percentual de tempo, 13,86% (24min44s). Apesar do grande tempo, teve apenas 12 veiculações, sendo oito reportagens, uma nota pelada e três notas cobertas. A abordagem da maioria dos conteúdos foi relativa a problemas ambientais, como seca, rompimento de adutoras, catástrofes ambientais, como incêndio. Chamou a atenção uma reportagem na edição de segunda-feira, dia 06 de abril, com duração de 7min12s, parte de uma série sobre a água. Este especial entrou em função de estarmos vivendo uma crise hídrica, o fato é potencializado por atingir o estado de São Paulo. Trata-se de uma série atípica, que tratou de algo pontual.

Internacional: Primeiro fato que chama a atenção nessa editoria é a grande presença de conteúdos de abrangência mundial em um telejornal que tem como título Jornal Nacional. Não que não seja importante informar sobre o que acontece no mundo, porém chama atenção que esta seja a segunda editoria com maior tempo de veiculação. Com um total de 24 veiculações, sendo oito reportagens, uma nota pelada, 12 notas cobertas e duas entradas ao vivo. Com o segundo maior tempo, representa 13,15% (23min18s). A edição de terça-feira, dia 14 de abril, teve seis veiculações seguidas, totalizando 2min33s. Na quinta-feira foram oito veiculações, somando 8min27s, sendo uma participação ao vivo dos Estados Unidos. A edição de sábado teve 5min14s, também com entrada ao vivo. Somente a edição de segunda-feira não teve informações dessa editoria.

Cidade: Esta editoria é a quarta com mais tempo dedicado 8,60% (15min17s). Foram oito veiculações, sendo cinco reportagens, uma nota pelada, uma nota coberta e uma entrada ao vivo. Esta editoria tratou de acontecimentos mais relacionados ao trânsito. A edição com mais veiculações (4) sobre o assunto foi a de quarta-feira, dia 1º de abril, quando foram apresentadas

três reportagens e uma nota coberta, totalizando 7min25s. Uma delas, foi a reportagem sobre a dependência do transporte rodoviários de 3min10s.

Polícia: É a quinta editoria com mais tempo 8,07% na amostra avaliada (14min24s), porém a terceira com mais veiculações, 16. Foram seis reportagens, oito notas cobertas e duas notas peladas. Destacou-se a edição de segunda-feira com 10min de Polícia, sendo três notas, cinco reportagens. Outra edição que merece destaque é a de sexta-feira, 08 de maio, pelo fato de serem apresentadas quatro veiculações seguidas da editoria no início do telejornal, um tempo de 2min32s. O assunto não esteve presente nas edições de terça-feira e quinta-feira.

Economia: Esta editoria teve 6,91% (12min18s) do tempo total dos telejornais avaliados. Oito veiculações, sendo cinco reportagens e três notas peladas. Na edição de sexta-feira, dia 08 de maio, foram três veiculações, com tempo de 5min11s. Enquanto na edição de quinta-feira o menor tempo, uma nota pelada de 20s sobre a declaração do Imposto de Renda. Somente no sábado não foi abordado nada sobre o tema.

Saúde: Totalizou 5,95% (10min50s) do tempo total, com sete veiculações, sendo cinco reportagens, uma nota pelada e uma nota coberta. A edição de quinta-feira, dia 30 de abril, contou com três veiculações seguidas, somando 4min01s. O maior tempo foi na edição de terça-feira, duas reportagens seguidas, no início do Jornal Nacional, somando 4min10s. A editoria não esteve presente nas edições de sexta-feira e sábado.

Esporte: Apesar de não ser a editoria com maior tempo destinado, foi a quinta com maior número de veiculações, 11, totalizando 5,80% (10min23s). Foram sete notas cobertas, duas reportagens, uma nota pelada e uma entrada ao vivo. Na edição de quarta-feira, entrada ao vivo direto do estádio para falar do jogo de futebol à noite, convidando para assistirem pela emissora, após a novela. O maior tempo para editoria foi dedicado na edição de sábado, 5min8s. As veiculações de Esporte no telejornal aconteceram normalmente no final da edição. Somente na terça-feira o tema não esteve presente.

Institucional: Contou com um tempo de 5,72% (10min09s) no período avaliado, com total de seis veiculações, sendo duas reportagens, uma entrada ao vivo e três VTs. Na edição de terça-feira, dia 14 de abril, um VT sobre a edição do Profissão Repórter, de 0min47s, e ainda uma reportagem de 4min14s sobre uma homenagem que a Rede Globo recebeu de Deputados Federais pelos 50 anos da emissora, que também se enquadra na editoria Política. Na quarta-feira (dia 1º/04) um ao vivo diretamente do estádio convidando para acompanhar o jogo de futebol da noite na emissora, um tempo de 1min29s. Na sexta-feira um VT do Globo Repórter de 52s. No sábado (dia 16/05) um VT chamando para a audiência acompanhar o Fantástico, no

domingo, com duração de 1min18s, e uma reportagem sobre a morte do ator da Globo Elias Gleiser. Somente na segunda-feira (06) não foi abordada essa editoria.

Entretenimento: Totalizando 5,21% (9min19s) do total analisado, sendo seis veiculações, duas reportagens, uma entrada ao vivo e três VTs. Uma reportagem sobre uma exposição de arte e outra sobre um índio que realizou o sonho de voar são destaques, além de um ao vivo convidando para acompanhar o futebol na emissora. Podemos considerar entretenimentos os VTs que também chamam para acompanhar os outros programas da emissora, como: Profissão Repórter, Globo Repórter e Fantástico.

Educação: Foram 2,98% (5min27s) dedicados à editoria, sendo quatro veiculações. Uma reportagem na terça-feira, dia 14, de 1min44s; duas notas cobertas e uma entrada ao vivo sobre o FIES, na quinta-feira (30) totalizando 5min27s. O tema não foi abordado na segunda-feira, quarta-feira, sexta-feira e sábado.

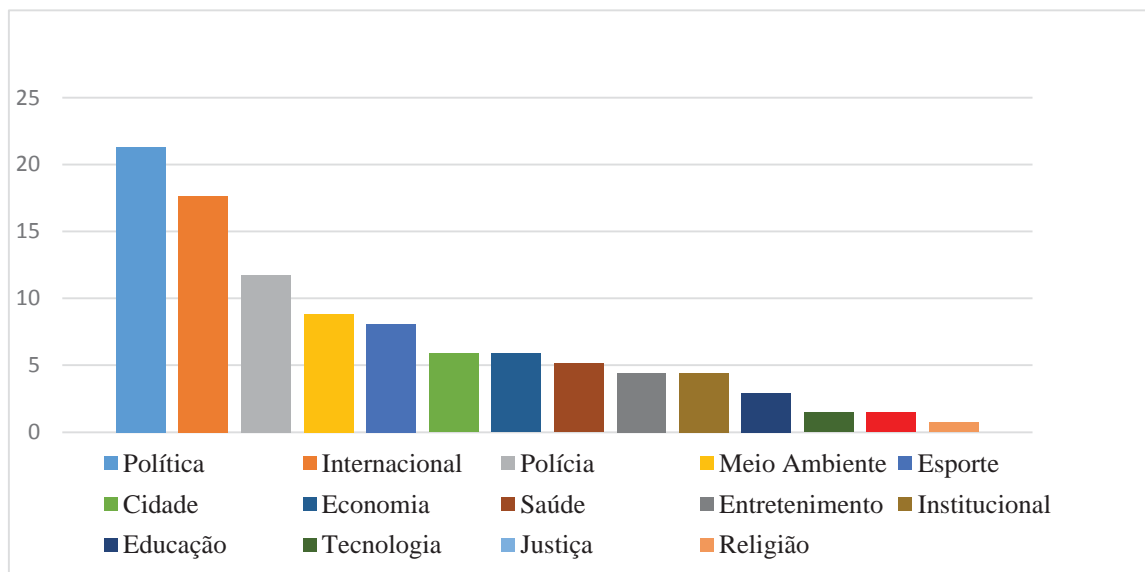
Tecnologia: Com um tempo de 2,58% (4min56s), a editoria apresentou apenas duas veiculações, ambas reportagens. Uma na edição de sexta-feira (08) e outra na quarta-feira (1°).

Justiça: Contabilizou 1,29% (2min29s) do tempo dos telejornais avaliados. Empatada com Tecnologia, a editoria teve duas veiculações, porém perdeu em tempo. Uma reportagem de 1min52s na terça-feira (14) e uma nota coberta de 37s sexta-feira, dia 08.

Religião: Com o menor tempo de veiculação, 0,16% (0min29s) do total avaliado, teve apenas uma nota coberta na edição de sábado.

5.1.2. Veiculações por editoria

Gráfico 2 - Veiculações por editoria (%)



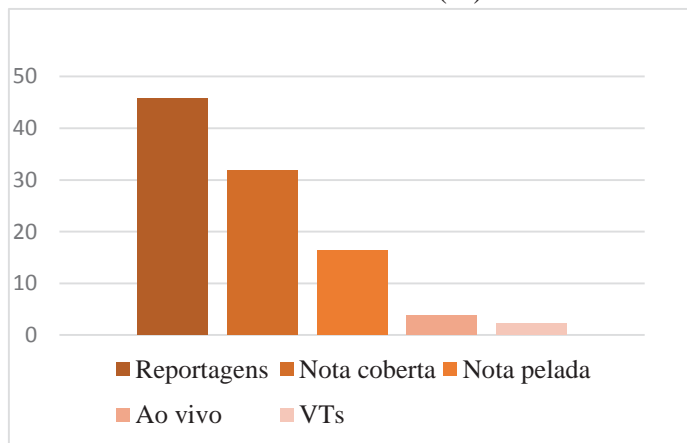
Fonte: a autora.

Podemos perceber que nem sempre a editoria com mais tempo é a com mais veiculações, como por exemplo a Meio Ambiente a segunda em tempo (13,86%) e a quarta em número de veiculações (8,82%). Já a Internacional é a segunda em veiculações (17,64%) mas a terceira em tempo (13,15%). Esporte é o quinto em veiculações (8,08%), mas um dos últimos em tempo (5,80%).

Ainda sobre o tempo dedicado a cada editoria, editorias como Economia (6,91%) e Saúde (5,95%) tiveram pouca diferença em comparação com Entretenimento (5,12%) e Esporte (5,80%). A editoria Educação que envolve cidadania e sociedade, foi pouco valorizada e explorada, com 2,98%.

5.1.3. Formatos televisivos

Gráfico 3 – Formatos televisivos (%)



Fonte: a autora.

Com relação aos formatos presentes na amostra avaliada, em um total de 129 veiculações no período analisado, podemos perceber a predominância do formato reportagem no Jornal Nacional, representando 45,73% (58) das veiculações. O formato se destacou nas editorias Política, Meio Ambiente e Internacional, tendo 13, 8, 8 reportagens respectivamente. A única editoria que não teve nenhum registro do formato foi Religião.

Em segundo lugar vem a opção pelas notas cobertas que são 31,78 % (41) das matérias. O formato nota coberta é um texto que coberto por imagens e é específico para TV. As editorias em que esse formato está mais presente são Polícia (8) e Esporte (7). Optou-se por mostrar de maneira rápida imagens de competições esportivas e não dedicar a elas reportagens, evitando

também apenas a nota pelada, que é o formato sem imagens de apoio. O formato nota coberta não aparece nas editorias Economia, Institucional, Entretenimento e Tecnologia.

As notas peladas representaram 16,27 % (21) do total da amostra avaliada, sendo em sua maioria da editoria Política (11). Em diversas vezes, o apresentador citou fala de políticos e decisões sobre investigações de corrupção. Nas editorias Institucional, Entretenimento, Educação, Tecnologia, Justiça e Religião o formato não foi utilizado no período avaliado.

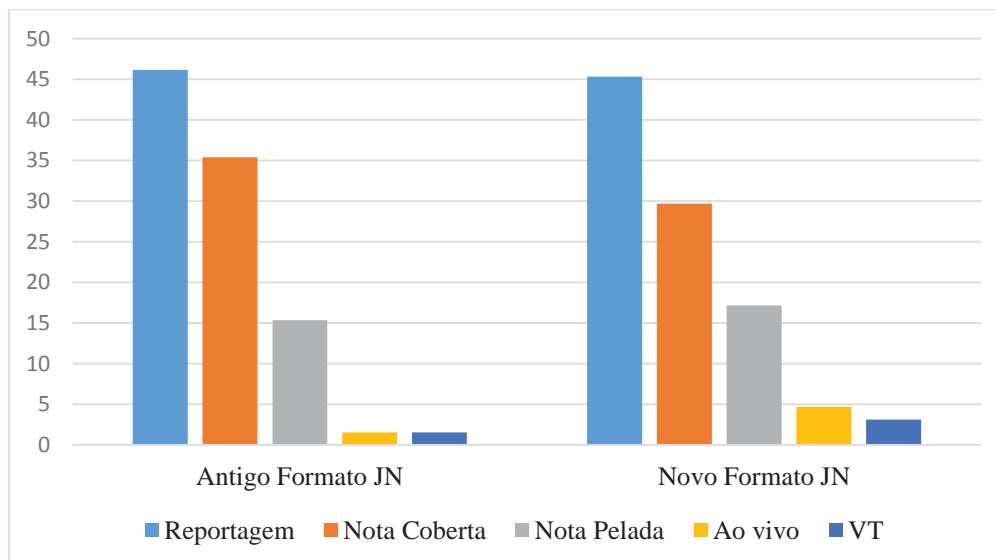
Com relação ao chamado formato ao vivo, foram 3,87 % (5) as veiculações no período analisado, sendo duas da editoria Internacional, e uma cada em Trânsito, Esporte e Educação. Os VTs são 2,32 % (3) e pertencem a editoria Institucional e Entretenimento.

A presente pesquisa também buscou identificar alterações significativas nos formatos de apresentação do conteúdo noticioso do Jornal Nacional após a alteração que entrou no ar em 20 de abril de 2015. No antigo formato do Jornal Nacional que se refere as edições dos dias 06/04 (segunda-feira), 14/04 (terça-feira) e 01/04 (quarta-feira), foram 65 veiculações no total. Como se pode observar no Gráfico 3, 46,15% (30) dos formatos são reportagens, 35,38% (23) notas cobertas, 15,38% (10) notas peladas, 1,53% (1) ao vivo e 1,53% (1) VT.

No novo formato representados pelos dias 30/04 (quinta-feira), 08/05 (sexta-feira) e 16/05 (sábado) foram 64 veiculações no total. São 45,31% (29) reportagens, 29,68% (19) notas cobertas, 17,18% (11) notas peladas, 4,68% (3) ao vivo e 3,12% (2) VTs.

5.1.4. Comparação Antigo e Novo formato Jornal Nacional

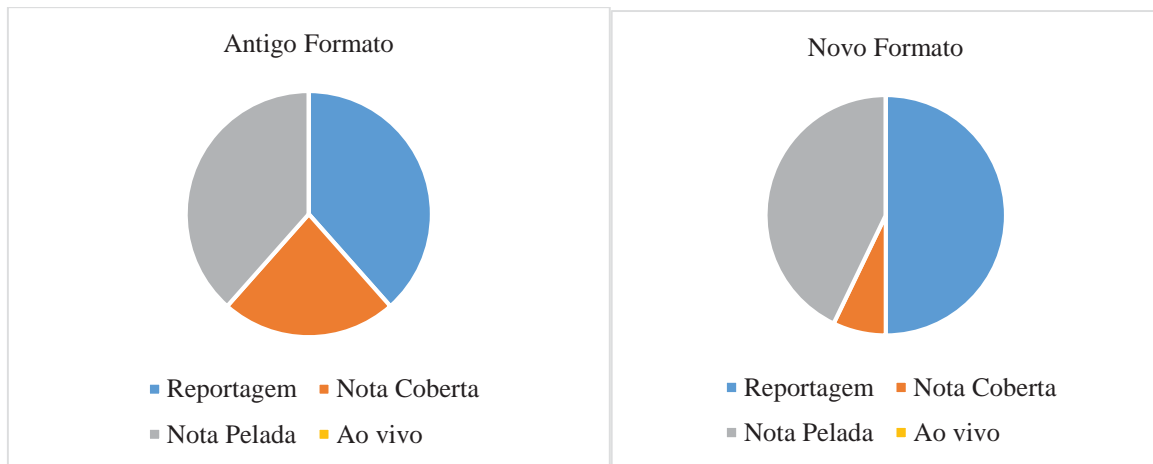
Gráfico 4 - Comparação veiculações Antigo e Novo formato Jornal Nacional (%)



Fonte: a autora.

Podemos observar, através do Gráfico 4, algumas mudanças com relação aos formatos na transição do antigo para o novo formato: uma diminuição das notas cobertas no novo formato, um aumento das notas peladas e das entradas ao vivo. Tais mudanças podem ser consideradas características do novo formato, que passou por alterações estéticas (cenário). Talvez tenham sido colocadas em prática para que o telejornal possa competir com o dinamismo, a informalidade e a instantaneidade da Internet. Talvez, a opção por mais entradas ao vivo no novo formato, com mais bate-papo entre o apresentador e o repórter, seja para conquistar esse novo telespectador.

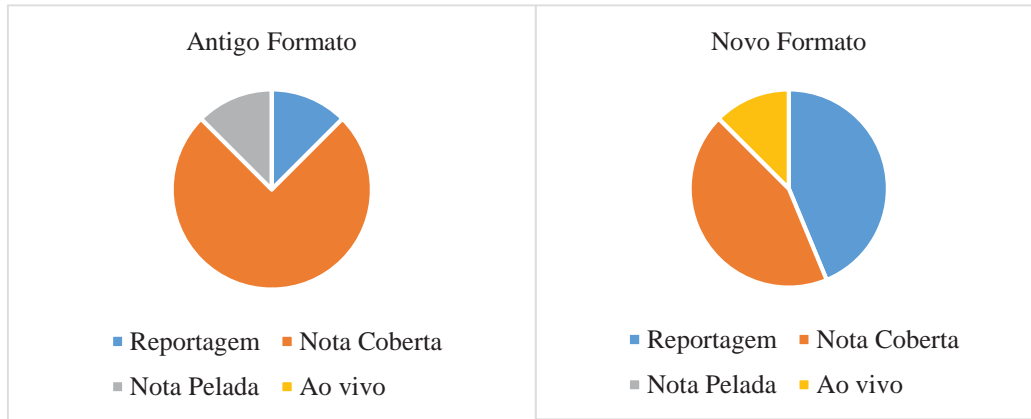
Gráfico 5 – Veiculações da editoria Política antigo e novo formato do telejornal (%)



Fonte: a autora.

Outra mudança pode ser notada quanto ao tempo dedicado às principais editorias agendadas, analisadas nesse trabalho. A editoria Política no antigo formato teve um tempo total de cobertura de 14min41s, já no novo formato 18min13s, como pode ser observado no Gráfico 4. Na Internacional a diferença foi ainda maior: o tempo no novo formato foi mais que o dobro do antigo. Foram 4min47s, com uma reportagem, seis notas cobertas e uma nota pelada no antigo, sendo que no novo formato houve 19min51s de tempo dedicado, as reportagens aumentaram para sete, as notas cobertas para sete e o diferencial também foram duas entradas ao vivo, ambas dos Estados Unidos, exemplificado no Gráfico 6.

Gráfico 6 – Veiculações da editoria Internacional no antigo e novo formato do telejornal (%)



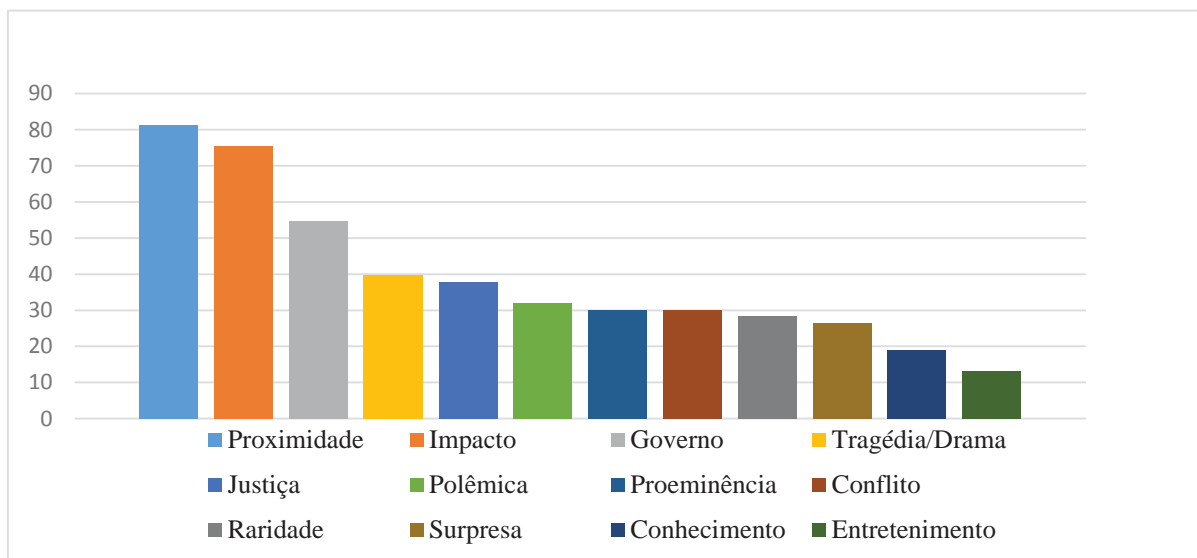
Fonte: a autora.

É preciso levar em consideração o dia noticioso, o horário do fechamento dos materiais para o ao vivo, o número de acontecimentos no dia, a disponibilidade e a qualidade das imagens.

5.2. Análise dos valores-notícias

Para identificar os valores-notícia mais presentes na amostragem avaliada foram escolhidas duas edições, aleatoriamente, a de segunda-feira (06/04) e a de quinta-feira (30/04), uma do antigo formato do Jornal Nacional e a outra do novo formato, respectivamente. Em um total de 53 veiculações entre reportagens/notas cobertas/notas peladas/ ao vivo, foi estabelecido um percentual de presença de cada valor-notícia no total. É importante destacar que os valores-notícia foram analisados como um todo e não diferenciando valores do formato antigo e do novo formato do telejornal.

Gráfico 7 - Valores-notícia mais presentes (%)



Fonte: autora.

O valor-notícia com maior presença é a **proximidade** e está em quase todas as editorias, devido a maioria tratar de assuntos nacionais, contabiliza 81,13% (43) de presença. Assim, esse valor somente não está presente na editoria Internacional. Esteve presente em todas as matérias de Economia, como a nota pelada sobre a Declaração do Imposto de Renda, bem como, nas editorias Saúde e Educação.

Em segundo lugar aparece o valor **impacto**, pelo grande número de pessoas envolvidas ou afetadas e pelas grandes quantias em dinheiro. Em 75,47% (40) das veiculações, esse valor aparece em todas as matérias relativas ao Meio Ambiente, como na reportagem sobre como os animais ajudam a prever terremotos, outra sobre a estiagem no Nordeste. Não ganha destaque nas editorias Esporte, Justiça e Entretenimento.

O terceiro valor-notícia mais presente na amostra avaliada é o **governo**, por envolver pronunciamentos, interesse nacional, decisões e medidas. Presente em 54,71% (29), principalmente nas editorias de Política, Economia e Educação. Um exemplo é uma entrada ao vivo sobre as inscrições do FIES, programa de financiamento estudantil do governo. Também foi detectado em diversas notas cobertas sobre declarações da presidenta Dilma, de senadores, deputados e ministros.

Tragédia e drama se enquadram no mesmo valor-notícia, por tratarem de catástrofes, acidentes, violência e crimes. Presente em 21 veiculações, 39,62% do total avaliado, aparecem em quase todas as matérias de Polícia, como a sobre as fugas do presídio de Pedrinhas no Maranhão e o medo de assaltos dos comerciantes do Maceió. Também estão presentes na maioria das notícias relativas às editorias de Internacional e de Trânsito.

Justiça trata de julgamentos, denúncias, investigações, decisões judiciais e crimes. Em 37,73% (20) das veiculações, o valor-notícia esteve presente em quase todas as matérias analisadas relativas à Polícia e na única de Justiça, é claro. Um exemplo de notícia da Polícia é a nota coberta sobre o menino baleado no Complexo do Alemão em que questiona os envolvidos no crime. Uma notícia da editoria Justiça envolve o juiz do caso Eike Batista que estava usufruindo os bens do réu.

Quando analisamos a presença de valores-notícia em cada editoria, temos uma avaliação bastante rica do ponto de vista de compreender como os assuntos são abordados pelo telejornal, considerado o principal, senão um dos principais do país.

Meio Ambiente: dentro desta editoria estiveram mais presentes os seguintes valores: **proximidade, impacto, raridade, surpresa e tragédia**. Houve uma carência de matérias que envolvem o valor **conhecimento**, que apareceu somente uma vez. Faltaram veiculações sobre

pesquisas ambientais, descobertas ou invenções. No período analisado, mais o lado negativo dessa editoria foi exposto, sendo exemplos os problemas ambientais, como a seca e incêndios. Neste sentido, questiona a falta de medidas preventivas por parte do governo. Como por exemplo as reportagens sobre a estiagem no nordeste, a pior seca da história e a falta de abastecimento de água em Salvador.

Internacional: os valores mais presentes nessa editoria foram **impacto** e **tragédia/drama**. Em seguida os valores **justiça**, **proeminência** e **surpresa** aparecem de maneira mais equilibrada. A **proeminência** principalmente, quando envolve líderes governamentais. Carência novamente do valor **conhecimento**, que aparece na mesma medida que **conflito** e **raridade**. Conflitos internacionais também mereciam mais destaque, por tratarem de disputas, reivindicações, até mesmo guerras. **Raridade** também por apresentar o incomum, o inusitado. Um exemplo é a notícia sobre o terremoto no Nepal, a **tragédia/drama** do ocorrido, por outro lado surge o valor **conhecimento**, devido ao progresso dos resgates. Ainda nessa editoria, uma reportagem sobre a prisão dos atiradores da menina paquistanesa Malala, aparece assim o valor **proeminência**, **tragédia/drama** e **justiça**.

Política: Quando se fala dessa editoria lembra-se de autoridades, por isso a **proeminência** esteve presente em quase todas as notícias. Também o valor **governo**, por tratar de membros que envolvem algum dos três poderes. A presença de notícias mais positivas sobre essa editoria fez falta, envolvendo progressos, projetos inovadores, com o valor-notícia **conhecimento** que não apareceu nenhuma vez. Já a **polêmica** e o **conflito** estiveram presentes, apresentando os acontecimentos negativos. São exemplos as notícias sobre a greve dos professores em Curitiba e denúncias na Petrobras.

Cidade: Mais uma vez ganha destaque os valores **impacto** e **tragédia/ drama**. Aparecem também **proeminência**, **raridade** e **surpresa**, é exemplo dessa afirmação a notícia que tratou do acidente de helicóptero que vitimou o filho do governador Geraldo Alckmin. Poderia ser tratado mais a questão da conscientização no trânsito não somente acidentes e más condições das estradas. Outra abordagem possível seria utilizar mais nas notícias os valores **conflito**, **governo** e **justiça** para reivindicar melhorarias, usar o poder do jornalismo para denunciar.

Polícia: **Impacto** e **tragédia/drama** estiveram em evidência, após **governo**, **justiça**, **conflito** e **raridade**. São exemplos as notícias sobre o homem que invadiu uma escola e agrediu pessoas e outra sobre o medo de assaltos em Maceió. Em menor quantidade apareceram **surpresa** e **proeminência**, como na matéria sobre a prisão do rapper Mano Brown. Merece

destaque uma matéria totalmente diferente das demais, que apresentou o valor **conhecimento** e tratou da reforma de um presídio no Rio Grande do Norte pela iniciativa privada. Falar de tragédia, conflito, polêmica é inevitável, mas abordar um outro lado também é possível.

Educação: tratou na maioria das vezes assuntos referentes a **conflito** e **governo**. Notícias negativas novamente, na maioria sobre as greves, ao invés de abordar assuntos que priorizem o **conhecimento**, que esteve presente apenas uma vez. Nesse caso também seria possível mostrar valores como **raridade** e **governo** de maneira positiva, até mesmo trazer o **entretenimento** para esta editoria, buscando uma maneira leve de tratar sobre educação.

Entretenimento: Claro que o próprio valor-notícia **entretenimento** esteve presente por tratar de aventura, divertimento e esporte. Depois aparecem uma vez em cada os valores: **proximidade, conhecimento, raridade** e **surpresa**. Como são pouquíssimas as notícias dessa editoria seria importante utilizar o que acontece no país, como por exemplo festivais culturais, exposições artísticas, peças de teatro.

Economia: Apresentou mais o valor **impacto** por envolver toda população brasileira e **governo** por tratar de decisões dos governantes. Infelizmente o valor **conhecimento** não esteve presente, o que poderia ser muito explorado. **Tragédia/drama, conflito, raridade** e **surpresa** apareceram uma vez cada. Como exemplos, podemos citar a cobertura sobre as consequências de um incêndio e assim impediu os carregamentos no porto e a reportagem sobre o aumento do preço da energia elétrica no Brasil.

Esporte: Todas as matérias sobre esta editoria podem ser categorizadas em relação ao valor-notícia **entretenimento**. Outra editoria que ao invés de explorar o valor **conhecimento**, que não apareceu nenhuma vez, utilizou-se dos valores **conflito, polêmica** e **justiça**, como pode ser percebido com a matéria que tratou da demissão de um jogador do time Internacional.

Saúde: Os valores mais presentes foram **impacto** e **conhecimento**. Depois, por envolver decisões dos governantes aparece o valor **governo**. **Tragédia** e **raridade** aparecem uma vez. São exemplos a nota pelada sobre a campanha de vacinação contra a gripe, a reportagem sobre os mosquitos modificados contra a dengue e a reportagem sobre a doença Esclerose Lateral Amiotrófica.

Percebemos a grande presença dos valores-notícia **proximidade** (81,13%) e **impacto** (75,47%), na maioria das vezes estão juntos na mesma notícia. **Impacto** devido muitas notícias envolverem pessoas e atingirem de alguma forma suas vidas e **proximidade** pela abordagem de assuntos nacionais.

Há uma carência na presença dos valores-notícia **conhecimento** (18,86%), **raridade** (28,30%) e **surpresa** (26,41%). Todos são fundamentais para notícias em um telejornal com tantos telespectadores no Brasil, pelo fato de atraírem mais a atenção do público, principalmente **raridade** e **surpresa**. Já **conhecimento** seria ainda mais importante pelo seu poder educacional, conscientizador e positivo.

Nota-se a maior incidência do valor **proeminência** (30,18%) nas editorias Justiça, Política e Internacional, pela grande maioria de suas notícias tratarem de autoridades. Por isso, na maior parte das notícias aparece com o valor **governo**.

Após avaliar seis edições, sendo 136 matérias, pode-se afirmar que, no período analisado, o Jornal Nacional deu maior destaque às editorias Política, Internacional e Polícia e aos valores-notícia **proximidade, impacto** e **governo**.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada pretendeu identificar o agendamento de notícias do Jornal Nacional da TV Globo. Após compreender os conceitos que envolvem a teoria do agendamento ou *agenda-setting* e *newsmaking*, conhecer os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia, partiu-se para entender sobre telejornalismo e o seu meio de transmissão.

Após a análise, identificamos que as editorias mais presentes ao longo do período da amostragem foram Política, Internacional e Polícia. Podemos perceber que tais temas se sobressaíram às editorias Educação e Saúde, que tratam de valores como cidadania e conhecimento, por exemplo. Sendo assim, percebe-se que o telejornal dá maior destaque a temas relacionados ao governo, autoridades e tragédias, do que a temas relacionados à saúde e ao conhecimento.

Percebemos ainda que o formato mais presente, a reportagem, também está em maior quantidade nas principais editorias. Sua grande frequência mostrou um aprofundamento dos acontecimentos e uma maior reflexão sobre os fatos. Porém, faltou a utilização do formato ao vivo, sendo uma ferramenta essencial para atrair a atenção do telespectador, ainda pelo imediatismo das informações e o ineditismo das imagens.

Há uma baixa presença de matérias com os valores-notícia entretenimento e conhecimento, ou seja, nas editorias de Saúde, Educação e Tecnologia. Talvez, deve-se realizar um maior investimento, principalmente em matérias relacionadas ao valor conhecimento, independentemente da editoria.

Pelo fato de a maioria das notícias serem de âmbito nacional e envolverem muitas pessoas, inclusive autoridades, os valores-notícias em maior presença foram proximidade, impacto e governo. Desta forma, podemos perceber que o Jornal Nacional se preocupa mais em informar sobre o que acontece no Brasil e acontecimentos que impactam mais a vida dos indivíduos. Ainda, prefere noticiar sobre fatos relacionados a políticos e governos.

Ainda os valores-notícia polêmica, proeminência, conflito e raridade estão muito próximo em número de presença nas veiculações, devido ao fato de normalmente estarem relacionados e assim na mesma notícia.

Neste sentido, as editorias e os valores-notícia estão, muitas vezes, muito relacionados. Como podemos perceber na principal editoria, Política, um dos valores mais presentes é governo. Assim como Polícia é uma das editorias com maior tempo dedicado, relacionada aos valores-notícia tragédia e drama também.

É importante destacar que outro valor-notícia pouco presente foi conhecimento, assim como as principais editorias relacionadas a ele, Educação e Tecnologia. Com isso, percebe-se que a intenção do telejornal é muito mais trabalhar com o chamado *hard News*, com coberturas factuais e pontuais, que abordar conteúdos que possam agregar ao telespectador, conteúdos educativos e não meramente informativos.

Quanto à mudança de formato do Jornal Nacional, podemos perceber na amostragem que os valores-notícia permaneceram os mesmos. Foi possível identificar que o telejornal passou por algumas modificações do tempo dedicado a cada editoria, como por exemplo na Internacional, em que o tempo foi o dobro do antigo formato. Houve mudanças também nos formatos, com um aumento no número de notas peladas e de entradas ao vivo, além de participações em tempo real de repórter internacionais.

Porém, a editoria Internacional também teve uma presença bastante considerável e isso demonstra que o telejornal, que é considerado o principal do Brasil, em muitas edições dá mais destaque ao que ocorre no exterior do que ao que se passa no país, especialmente acontecimentos que ocorrem fora do eixo Rio-São Paulo-Brasília.

A grande utilização de VTs durante o noticiário acaba desviando o objetivo principal de um telejornal, que é informar os principais fatos do dia. Para essa divulgação da programação da emissora já existem os intervalos comerciais ao longo do programa. Uma sugestão, seria no lugar de tais veiculações poderiam ter mais entrevistas, buscando operacionalizar mais a interpretação dos assuntos e não apenas a informação.

Em pesquisas futuras, poder-se-ia avaliar a influência do agendamento do Jornal Nacional nos telespectadores, devido as notícias ajudarem na construção de suas opiniões. Um questionário poderia ser aplicado, com questões relacionadas às editorias, os formatos, a abordagem das notícias, suas preferências e a maneira como o noticiário ajuda na construção da sua opinião, ou na educação das pessoas e interpretação dos principais assuntos sendo abordados no momento, justamente tendo em vista ser o Jornal Nacional um dos principais responsáveis pela construção da realidade na mente das pessoas, atualmente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BONNER, William. *Jornal Nacional Modo de Fazer*. Rio de Janeiro: Globo, 2009.
- CANAVILHAS, João. *O domínio da informação-espetáculo na televisão*. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.html>. Acesso em: 10 mai. 2015
- CHARADEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2012.
- CARDOSO, Letycia M. *As mudanças na bancada do Jornal Nacional*. 9º Encontro Nacional de História da Mídia, Ouro Preto, 2013.
- COOLING, Leandro. *Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados*. REVISTA FAMECOS, Porto Alegre, n. 17, 88-100, abr. 2002.
- COUTINHO, Iluska. *Lógicas e Produção do Real no Telejornal: a incorporação do público como legitimador do conhecimento oferecido pelo nos telenoticiários*. In: GOMES, Itania (Org.). *Televisão e realidade*. Salvador: EEDUFBA, 2009. p. 105-124.
- CUNHA, Albertino A. da. *Telejornalismo*. São Paulo: Atlas, 1990.
- CURADO, Olga. *A Notícia na TV: O dia-a-dia de quem faz Telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.
- FRANCISCATO, Carlos E. Limites teóricos e metodológicos nos estudos sobre noticiabilidade. In: SILVA, Gislene. *Crítérios de Noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014. p. 85-113.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de Conteúdo em Jornalismo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. *Metodologia de pesquisa em Jornalismo*. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.
- HOHLFELDT, Antonio. *Os estudos sobre a hipótese de agendamento*. In: REVISTA FAMECOS, n. 7, Nov. 1997.
- LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. 8. ed. São Paulo: Ática, 2006.
- MACIEL, Pedro. *Jornalismo de Televisão*. Porto Alegre: Sagra-DC Luzzato, 1995.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *Televisão*. São Paulo: Moderna, 1988.
- MEDINA, Cremilda. *Entrevista: O diálogo possível*. 5. ed. São Paulo: Ática, 2008.
- MENDES, Conrado M. *O falar do Jornal Nacional: produção e recepção de um sotaque de natureza ideológica*. Trabalho de conclusão de curso (bacharel em Jornalismo) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2006.
- PENA, Felipe. *Teoria do Jornalismo*. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2005.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: ____ SILVA; Marcos P., FERNANDES; Mario L. (Orgs.). *Crítérios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

SOUZA, José C. A. De. *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*. São Paulo: Summus, 2004.

REZENDE, Guilherme J. de. *Telejornalismo no Brasil: Um Perfil Editorial*. São Paulo: Summus, 2000.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*. 2. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo E. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. 3 ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença, 2006.

ANEXOS

Anexo 01

Editoria	Número veiculações	Valores-notícia
Economia	3	Proximidade 3 Impacto 3 Tragédia/drama 1 Governo 3 Conflito 1 Raridade 1 Surpresa 1
Meio Ambiente	4	Proximidade 3 Impacto 4 Raridade 4 Surpresa 3 Tragédia 4 Conflito 1 Governo 2 Conhecimento 1
Trânsito	4	Proximidade 4 Impacto 4 Proeminência 1 Raridade 1 Surpresa 1 Tragédia/Drama 3 Justiça 2 Governo 2 Conflito 1
Polícia	8	Proximidade 8 Impacto 7 Conflito 5 Raridade 5 Tragédia 7 Governo 6 Justiça 6 Conhecimento 1 Surpresa 3 Polêmica 4 Proeminência 2
Saúde	4	Proximidade 4 Impacto 4 Conhecimento 4 Tragédia 1 Governo 2 Raridade 1
Justiça	1	Proximidade 1 Proeminência 1 Polêmica 1 Raridade 1 Surpresa 1 Justiça 1
Política	11	Proximidade 11 Impacto 9 Proeminência 10 Polêmica 7 Governo 10

		Justiça 6 Conflito 3 Surpresa 1
Esporte	5	Proximidade 5 Entretenimento 5 Conflito 1 Polêmica 1 Justiça 1
Entretenimento	2	Proximidade 1 Entretenimento 2 Conhecimento 1 Raridade 1 Surpresa 1
Internacional	8	Impacto 6 Tragédia 5 Conhecimento 2 Proeminência 3 Polêmica 4 Raridade 2 Surpresa 3 Governo 1 Justiça 4 Conflito 2
Educação	3	Proximidade 3 Impacto 3 Conhecimento 1 Governo 3 Conflito 2 Tragédia 1
TOTAL VEICULAÇÕES	53	

Anexo 02

Edição dia 30/04/15 - quinta-feira				
	FORMATO	ASSUNTO	TEMPO	VALORES-NOTÍCIA
Cidade	Ao vivo *helicóptero SP	Saída para o feriado SP	1'23''	Proximidade Impacto
Previsão do tempo	Ao vivo		3'11''	Proximidade
Cidade	Reportagem	Más condições da Transamazônica	3'14''	Proximidade Impacto Conflito Tragédia Governo Justiça
Saúde	Reportagem *gráfico animado	Mosquitos modificados contra a dengue	1'35''	Proximidade Impacto Conhecimento Raridade
Saúde	Nota pelada *gráfico	Campanha vacinação contra gripe	0'33''	Proximidade Impacto Governo
Saúde	Reportagem *gráfico animado	Pesquisa sobre a doença ELA	2'33''	Proximidade Impacto Conhecimento
Meio ambiente	Reportagem *gráfico animado	Animais ajudam a prever terremotos	2'35''	Impacto Conhecimento Raridade Surpresa Tragédia
Internacional	Reportagem	Terremoto no Nepal, resgate	2'50''	Impacto Tragédia
Internacional	Nota coberta	Fim missão planeta Mercúrio	0'20''	Conhecimento
Internacional	Nota coberta	Nave russa	0'21''	Conhecimento Tragédia Impacto
Economia	Nota pelada *gráfico	Declaração do Imposto de Renda	0'20''	Proximidade Impacto Governo
Educação	Ao vivo *falou do Jornal Hoje	Inscrição FIES	2'44''	Proximidade Impacto Conhecimento Governo
Educação	Nota coberta	Greve dos professores SP	0'23''	Proximidade Impacto Conflito Governo
Educação	Nota coberta	Greve dos professores Curitiba	1'16''	Proximidade Impacto Conflito Governo Tragédia
Política	Reportagem *gráfico animado	Dilma fala com manifestantes sobre terceirização	2'44''	Proximidade Impacto Proeminência Conflito

				Governo
Política	Nota pelada *com entrevista dos envolvidos	Renan Calheiros critica Dilma	2'29''	Proximidade Proeminência Conflito Polêmica Governo
Política	Nota pelada	Irregularidades na campanha Dilma	0'28''	Proximidade Proeminência Polêmica Governo Justiça
Política	Nota pelada *gráfico	Prestação de contas partidos, irregularidades, multas	1'18''	Proximidade Proeminência Impacto Justiça Polêmica
Política	Nota pelada	Denúncia Petrobras	0'58''	Proximidade Proeminência Impacto Justiça Governo Polêmica
Política	Nota pelada	Petrobras retirou dinheiro bloqueado	0'30''	Proximidade Proeminência Impacto Polêmica Surpresa Governo Justiça
Política	Nota pelada	Corrupção Petrobras	0'25''	Proximidade Proeminência Impacto Polêmica Governo Justiça
Internacional	Reportagem	Espionagem dos governantes da Europa	1'26''	Proeminência Impacto Polêmica Raridade Surpresa Governo Justiça
Internacional	Nota coberta	Soldados abusam de crianças na África	0'35''	Proeminência Impacto Polêmica Raridade Surpresa Tragédia Justiça
Internacional	Reportagem	Prisão atiradores Malala	1'35''	Proeminência Tragédia Justiça
Internacional	Nota coberta	Protesto contra exposição na França	0'23''	Impacto Conflito Polêmica Surpresa
Internacional	Ao vivo	Manifestações morte de negro	2'27''	Impacto Conflito

				Polêmica Tragédia Justiça
Esporte	Nota pelada *gráfico	Reserva vagas olimpíadas	0'29''	Proximidade Impacto Entretenimento
Entreteniment o	Reportagem	Índio realiza o sonho de voar	2'34''	Entretenimento Raridade Surpresa

Anexo 03

Edição 06/04/2015				
EDITORIA	FORMATO	ASSUNTO	TEMPO	VALORES-NOTÍCIA
Economia	Reportagem *gráfico	Consumo de energia brasileiro	2'48''	Impacto Proximidade Tragédia/drama Governo
Meio ambiente	Reportagem	Incêndio em tanques	2'34''	Proximidade Impacto Raridade Surpresa Tragédia
Economia	Reportagem *gráfico/mapa	Consequências incêndio/ carregamentos no porto	1'55''	Proximidade Impacto Conflito Raridade Surpresa Governo
Meio ambiente	Reportagem	Abastecimento de água Salvador/ rompimento adutora	2'16''	Impacto Proximidade Conflito Raridade Surpresa Governo Tragédia
Meio ambiente	Reportagem	Estiagem nordeste/ pior seca	2'22''	Impacto Raridade Proximidade Governo Tragédia
Previsão do tempo	VT		1'23''	
Cidade	Reportagem *exclusivo	Acidente helicóptero	3'29''	Proximidade Impacto Proeminência Raridade Surpresa Tragédia Justiça
Cidade	Nota pelada *gráfico	Mortes na estrada	0'26''	Proximidade Impacto Tragédia Governo
Polícia	Reportagem *simulação digital	Fuga presídio Pedrinhas	2'29''	Proximidade Impacto Conflito Raridade Tragédia Governo Justiça
Polícia	Reportagem	Reforma presídio RN	2'35''	Proximidade Impacto Conhecimento Raridade

				Surpresa
Polícia	Reportagem	Medo de assalto Maceio	1'42''	Proximidade Impacto Conflito Raridade Governo Tragédia
Polícia	Nota coberta	Menino baleado no Alemão	0'36''	Proximidade Impacto Conflito Polemica Tragédia Governo Justiça
Polícia	Reportagem *denúncia Fantástico	Situação UPPS	3'39''	Proximidade Impacto Polemica Tragédia Surpresa Governo Justiça
Saúde	Nota coberta	Suspeita de dengue	0'25''	Proximidade Impacto Conhecimento Tragédia Governo
Polícia	Nota coberta	Homem invade escola e agride pessoas	0'28''	Proximidade Impacto Conflito Raridade Surpresa Tragédia Governo Justiça
Polícia	Reportagem	Rapper Mano Brow preso	1'11''	Proximidade Proeminência Polemica Conflito Justiça
Polícia	Nota pelada	Prisão chefe de organização ilegal	0'22''	Proximidade Impacto Proeminencia Polemica Raridade Supressa Tragédia Governo Justiça
Justiça	Nota coberta	Juiz caso Eike Batista	0'37''	Proximidade Proeminência Polemica Raridade Surpresa Justiça
Política	Nota pelada	Operação lava jato	0'30''	Proximidade Impacto

				Proeminência Polemica Governo Justiça
Política	Reportagem	Crise Minas Gerais	0'56''	Proximidade Impacto Conflito Governo
Política	Nota coberta	Novo ministro da Educação	0'36''	Impacto Proeminência Governo
Política	Nota pelada	Dilma sobre a Petrobras	0'12''	Proximidade Impacto Proeminência Governo
Esporte	Nota coberta	Surfistas	0'30''	Proximidade Entretenimento
Esporte	Nota coberta	Novo técnico do SP	0'30''	Proximidade Entretenimento
Esporte	Nota coberta	Demissão Jogador Internacional	0'21''	Proximidade Entretenimento Conflito Polêmica Justiça
Esporte	Nota pelada *gráfico	CBF anuncia data convocação da seleção	0'17''	Proximidade Entretenimento
Cultura	Reportagem	Exposição de arte	2'59''	Proximidade Entretenimento Conhecimento/Cultura