



Imagens da Semana: um Estudo dos Valores-Notícia que Permeiam as Temáticas de Bom Dia Brasil.¹

Stéphane Powaczuk da SILVA²

Carla Simone Doyle TORRES³

Centro Universitário Franciscano - UNIFRA, Santa Maria, RS

Resumo

Este trabalho faz parte de uma pesquisa que busca analisar os valores-notícia destacados pelas temáticas incluídas no quadro Imagens da Semana, apresentado na sexta-feira no telejornal Bom Dia Brasil. Entre os objetivos, estão o levantamento e análise de conteúdo das reportagens dia-a-dia, observando suas divisões temáticas, de modo a alocá-las em editorias. A partir dessa divisão geral, faz-se um caminho inverso, ao observar o quadro na sexta-feira: as imagens utilizadas nesse dia são remetidas às divisões temáticas traçadas anteriormente, e então é possível proceder à análise contextualizada dos valores-notícia. O objetivo geral é compreender as temáticas/editorias destacadas e os valores-notícia reunidos em um quadro que tem a pretensão de resumir a semana noticiosa do referido telejornal.

Palavras-chave: valores-notícia; imagem; telejornalismo.

Introdução

Veiculado pela Rede Globo de Televisão, o Bom Dia Brasil (BDB) é o primeiro jornal do dia de abrangência nacional da TV Globo, começa às 7h15 da manhã, de segunda à sexta-feira. Atualmente a editora-chefe é Fátima Baptista; e o casal âncora é formado por Renato Machado, jornalista experiente à frente do telejornal desde 1996 e Renata Vasconcellos, que iniciou em 2002.

No ar, os apresentadores começam com um ‘bom dia’ aos espectadores e, logo após, fazem a escalada⁴ com a presença de notas cobertas⁵ e/ou peladas⁶. O BDB é dividido em quatro blocos. Primeiro, tem as manchetes e a exploração de algumas

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. Semestre do Curso Comunicação Social do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA-RS, email: stephane.p@terra.com.br

³ Orientadora do Trabalho. Professora Mestre do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, email: Carla.doyle@gmail.com

⁴ Chamada de abertura do Programa que identifica em que ordem as matérias serão apresentadas no jornal. “Frases de impacto sobre os assuntos do telejornal que abrem a transmissão” (CUNHA, 1990 apud REZENDE, 200, p.147).

⁵ Notas cobertas são as notícias mais importantes que compõe a escalada da edição, e geralmente apresentadas no início do telejornal acompanhadas de imagem.

⁶ Notas peladas são notícias lidas pelos locutores que fazem parte da escalada, e geralmente são apresentadas no início do telejornal sem a presença de imagens.



notícias de abrangência de interesse público. Ele dura, em média, de 20 a 25 minutos, e pode ser considerado um dos blocos mais importantes, pois possui mais tempo e apresenta assuntos atuais chamando atenção do espectador para não sair da “poltrona”. Termina, geralmente, com a previsão do tempo e, ao final de cada bloco, é dito o horário.

O segundo bloco dura 10 minutos e são apresentadas notícias relacionadas ao esporte, política e outros assuntos. Antes de terminar o bloco há uma chamada para prender a curiosidade do espectador sobre determinada matéria que está sendo apresentada desde o início da semana como, por exemplo, o “caso Isabela”.

O terceiro bloco já começa com informações sobre a matéria que foi comentada no fim do segundo bloco. É uma estratégia que o programa faz para prender o telespectador em frente à televisão, quando voltar do intervalo as notícias e novidades sobre aquela matéria serão apresentadas.

No quarto bloco, são apresentados comentários e imagens rápidas. E dura em torno de 2 a 3 minutos, e normalmente na segunda-feira tem a presença do comentarista Tadeu Schmidt sobre esporte que relata o que ocorreu no final de semana no futebol, jogos, taças e pontuações. É um bloco que de acordo com o tempo pode ser utilizado como um “pé”⁷ do telejornal. O último bloco possui menos intensidade em questões de matérias jornalísticas e é voltado a notícias mais leves.

Durante os 45 minutos, o telejornal mostra interatividade entre comentaristas, com a interferência de Alexandre Garcia, sobre política e Miriam Leitão sobre economia, Michelle Loreto na previsão do tempo e tem a participação das apresentadoras Mariana Godoy e Zileide Silva, respectivamente de São Paulo e Brasília.

Na sexta-feira, o último dia do jornal na semana, no final do programa são apresentadas as principais imagens da semana. Na semana do dia 14 ao dia 18 de abril de 2008 teve muitas reportagens sobre o “caso Isabela”, e para delimitar o tema pode ser enquadrado na editoria policial. A visita do Papa, Bento XVI aos EUA, como religião; a despedida da carreira profissional de Romário e algumas imagens engraçadas de uma partida de futebol que ocorreu no final de semana com um jogador errando ao tentar acertar a bola, na editoria esporte bem como notícias acompanhadas de imagens sobre a classificação das ginastas brasileiras que representarão o Brasil nos jogos Olímpicos.

⁷ É um recurso que pode ser usado para fechamento de uma matéria, fornecendo ao telespectador uma informação complementar. “A finalização da reportagem se dá mediante ao pé” (REZENDE, 2000, p.153).



A partir de um mapeamento das matérias exibidas pode ser constatado que houve a presença de imagens de várias editorias: esporte, religião, policial, imagens de reportagens que foram consideradas importantes e que tiveram divulgação em mais de um episódio do telejornal ao longo da semana. São assuntos que possuem suas características e que de acordo com seus valores-notícias vão poder ser englobados posteriormente em uma classificação editorial.

Este trabalho faz parte de uma pesquisa⁸ mais ampla que vai fazer um levantamento, dia-a-dia, das reportagens apresentadas, observando suas divisões temáticas (editorias) para descobrir quais os valores-notícias destacam-se na seleção das principais imagens que vão ao ar no último momento do telejornal na sexta-feira. Após fazer uma pré-observação já foi possível constatar que as imagens são temáticas e não estão necessariamente distribuídas por classificação de editorias.

A questão da seleção das imagens é um detalhe característico do telejornal, pois entende-se que possui valores-notícia específicos. E para compreender a partir da circulação das informações do telejornal os critérios de noticiabilidade usados na seleção das imagens da semana veiculadas na sexta-feira, foi realizada a gravação de uma semana do telejornal e por meio de uma análise completa da separação das imagens coletadas vai ser possível descobrir quais critérios jornalísticos são utilizados para o destaque no quadro “imagens da semana” da sexta-feira.

Além da editora do telejornal BDB, os jornalistas que trabalham na redação chegam às 5h da manhã para iniciar um levantamento do que aconteceu na noite e verificar se há alguma novidade para ser noticiada logo no primeiro telejornal de abrangência nacional. Segundo Traquina (2005, p.81) “para os jornalistas, uma questão central é precisamente o que há de novo”.

Para revelar a problematização que o telejornal BDB instiga esse trabalho, a análise de conteúdo busca de acordo com as seleções das imagens e a partir das editorias, perceber o que elas sintetizam ao serem reexibidas na sexta-feira. O que elas desejam evidenciar com a importância do que se julga notícia, se para ser notícia, ser veiculada na televisão é necessário haver critérios pré-julgados por alguns autores,

⁸ Pesquisa em andamento realizada na matéria de Trabalho Final de Graduação I, no Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, que tem como título “As Imagens da Semana: um estudo dos valores-notícia que permeiam as temáticas de Bom Dia Brasil. A orientação é da professora Mestre Carla Simone Doyle Torres.



possuir principalmente imagens para comprovar o que está sendo dito, é a partir disso que procuro achar o que o telejornal entende como notícia.

A seleção das imagens que passam nos últimos minutos do telejornal torna-se intrigante, pois de tantas reportagens que foram exibidas durante a semana, justamente aquelas que foram valorizadas a serem destacadas e exibidas novamente.

É preciso analisar diretrizes básicas sobre a mídia televisiva, em especial em sua expressão telejornalística. Seus formatos, ao longo da semana estudada no objeto empírico, formam o conjunto informativo que subsidia a elaboração de um subproduto híbrido. Nele, estão potencialmente reunidos reportagens, notas, boletins, comentários, entrevistas, entre outros. E para análise de suas contribuições neste produto final, debruço-me sobre a compreensão de elementos que englobam valores-notícia, imagem e som de todos os dias estudados.

Televisão e Telejornalismo

Nos telejornais, além do texto, o seu fundamento principal são as imagens, pois o que seria da televisão se não houvesse imagens?

Os telejornais são os produtos de informação de maior impacto na sociedade contemporânea e as principais fontes de informações para a maioria da população brasileira. Uma das principais características da linguagem dos noticiários da TV é garantir a verdade ao conteúdo dos discursos e também a própria credibilidade do enunciador (BECKER, 2005, p.09).

A televisão trabalha com atualizações constantes, e por meio do seu produto causa impacto e possui a capacidade para agrupar som, imagem e o próprio texto falado pelo apresentador. O texto é uma característica da linguagem que complementa os noticiários e é usado para dar credibilidade a matéria. Segundo Becker (2005, p.9), “os textos provocam efeitos de realidade”, e considerando que a imagem é uma maneira para os jornalistas provarem aquilo que estão dizendo realmente aconteceu, podemos analisar que a linguagem do telejornal é construída na tênue fronteira entre a narrativa e o acontecimento.

Podemos adequá-las em um texto com uma linguagem televisiva apropriada, e assim destacando em um resultado final que se encaixem de acordo com as normas jornalísticas.



O trabalho de quem produz o telejornal torna-se continuamente mais desafiador, especialmente na tomada de decisões que vão definir a construção da versão dos acontecimentos de estar cumprindo um papel epistemológico e explicativo sobre os fenômenos do mundo, sobretudo porque o grande alcance da mídia audiovisual pode significar, a quem recebe, a única versão desses acontecimentos. O trabalho de edição na televisão assume uma perspectiva gradativamente mais complexa, que demanda análise contínua, dado o tamanho da significação das decisões editoriais na vida de cada indivíduo (PICCININ, 2006, p.140).

Segundo Becker (2005), é garantindo a veracidade dos acontecimentos explicitando-os perante aos telespectadores, e convencendo-os através das imagens e apresentação de fatos, que os telejornais são considerados um dos mais persuasivos porque tentam convencer uma audiência significativa das verdades do Brasil e do mundo. Apesar da argumentação desses episódios, vamos tentar descobrir como estes dispositivos são utilizados; todos têm, por exemplo, blocos com VTs (matérias editadas com texto em off e entrevistas) ou notas cobertas (voz em off do locutor sob imagens editadas numa seqüência lógica e cronológica).

Considerando que as informações veiculadas possuem relações entre os indivíduos e a sociedade, sobretudo na atualidade, o telejornalismo se transformou no principal instrumento de comunicação coletiva, é um meio especial de grande abrangência e visibilidade que possui poder de transformações dependendo de poder de persuasão através de vários métodos.

Através do processo de seleção e tratamento de que são objeto os elementos que compõe os noticiários, as emissoras de TV, ao transmitirem informações sobre a atualidade, também formam o universo de realidade que desejam atribuir aos acontecimentos. Um acontecimento não é uma realidade em si mesmo. Ele torna-se real a partir da idéia e da imagem que sobre ele se constrói [...] Nesse sentido, os programas de informação pela TV, sendo ao mesmo tempo testemunho e intérpretes do fato, contribuem para construir o universo de representação social e simbólica das coletividades, que é transmitido pelos meios de comunicações de massa ao público, como sendo real (ABBAGNANO, 1982, p.22).

Fausto Neto (1989), citado por Becker (2005) trabalha a idéia de que os fatos só se transformam em notícia, quando veiculados pela TV. O telejornal mediatiza as relações sociais no Brasil e no mundo. O telejornal tem não apenas o poder de nos falar, mas também o de conduzir a olhar aquilo que ele nos mostra.



Segundo Charaudeau (2006, p.109), “a televisão é imagem e fala, fala e imagem”. Não apenas imagem, como se diz algumas vezes quando se trata de denunciar seus efeitos manipuladores, mas imagem e fala numa consolidação, que não se saberia dizer qual das duas depende a estruturação do sentido”. É visível que cada uma tenha sua significação e sua própria organização interna, constituindo um sistema semiológico próprio, cujo funcionamento discursivo constrói universos de sentidos particulares, podendo a imagem contracenar mais com a representação do sensível, enquanto a palavra usa da evocação que passa pelo conceitual, cada uma gozando de certa autonomia em relação à outra.

Lembremos que a imagem é suscetível de produzir três tipos de efeitos: um efeito de realidade, quando se presume que ela reporta diretamente o que surge no mundo; um efeito de ficção, quando tende a representar de maneira analógica um acontecimento que já passou (reconstituição); um efeito de verdade, quando torna visível o que não o era a olho nu (mapas, gráficos, macro e micro tomadas de imagem em *close-up*, que, ao mesmo tempo, desrealizam e fazem penetrar o universo oculto dos seres e dos objetos) (CHARAUDEAU, 2006, p.110 e 111).

Becker (2005) diz que, no telejornalismo, texto e imagem são complementares na formação dos sentidos, e não há prioridade de um sobre o outro. Sem dúvida, os jornalistas às vezes escolhem definir uma notícia, pela simples razão que as imagens estão disponíveis.

É essencial destacar o papel da edição no telejornalismo. Segundo Paternostro (2006), é com a edição que uma reportagem ganha o formato final para ir ao ar. O texto jornalístico na televisão está, portanto, ligado à edição. A autora revela que editar é uma arte, é dar sentido ao material bruto, contar à história que foi apurada e que requer sensibilidade, concentração, criatividade, dedicação, habilidade e paciência – uma virtude essencial. “Imagem, informação e emoção” são três palavras que Paternostro aponta como requisitos básicos para uma boa edição. Imagem decorrente do material que foi apurado para veiculação, informação, coleta de dados necessários para escrever e apresentar a matéria, e emoção sentimento quase que inevitavelmente presente em momentos como estes.

Gleiser (1983), citado por Rezende (2000, p.50) ressalta a importância da base de áudio, descrevendo-a como “[...] um continuum ordenado de significados fácil e imediatamente apreensíveis” que orientava a edição da informação visual de modo a



não só evitar prejuízos à narrativa verbal como propiciar “sustentação visual do que está sendo dito” (id. Ibid).

Na veiculação das imagens que são apresentadas no quadro “imagens da semana” na sexta-feira, podem-se identificar o agrupamento de vários acontecimentos marcados ao longo da semana que foram escolhidos para serem reexibidos. Nesse sentido, Bourdieu (1996, p.29) expõe que “a televisão que se pretende um instrumento de registro torna-se um instrumento de criação da realidade”.

A televisão tende a fascinar o público, para Bourdieu (1997, p.23) “a televisão tem uma espécie de monopólio de fato sobre a formação das cabeças de uma parcela muito importante da população”. As notícias de variedades consistem nessa espécie elementar, rudimentar, da informação que é muito importante porque interessa a todo mundo sem ter conseqüências.

Podemos entender que através das suas edições e compilações que envolvem fatores determinantes para um desenvolvimento e apresentação do produto, Bourdieu (1997, p.25) afirma que “os jornalistas tem ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado”.

Sendo assim, os jornalistas constroem a audiência a partir da seleção das imagens, e de certa forma influenciam no próprio pensamento do espectador que vai assistir a reportagem, por exemplo. Através do seu trabalho eles tendem a conduzir o olhar do público. De acordo com Becker (2005), apesar de o nosso mundo ser habitado por imagens de todo o gênero, averiguar a sua significação, no entanto, não é tarefa fácil. Ao contrário da linguagem verbal, as imagens não podem ser classificadas num dicionário. São constituídas como os comportamentos, as atitudes e os gestos de uma certa fluidez de formas, cores e enquadramentos, o que as torna difíceis de descrever e interpretar. E complementa:

Mesmo quando a TV decide se mostrar e revelar sua técnica ou os procedimentos técnicos, ela se torna o espetáculo em si. A demonstração da técnica tende a eliminar qualquer mistério, qualquer dúvida sobre sua produção, reafirmando a sua transparência. E nós, sem perceber, temos a sensação de dominar o acontecimento. O registro e a veiculação do fato se dá pela adição de pedaços da realidade, que não deixam dúvida sobre a verdade e isto, se nem sempre é ilusão, no mínimo, é um recorte da realidade, um enquadramento, e não o real em si (BECKER, 2005, p.69).



Contudo, Becker (2005) ressalta que o telejornal, composto de noticiários, se propõe a mostrar os acontecimentos do mundo diariamente, empenhados em revelar a qualquer custo a veracidade dos fatos. Nesse sentido, é fundamental a imagem na conquista do telespectador.

A televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o caráter dramático, trágico. É por isso que os jornalistas, grosso modo, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles [...] se interessam pelo extraordinário, pelo que rompe com o ordinário pelo o que não é cotidiano Bourdieu (1997, p.25-26).

A partir dessa reflexão, podemos dizer que essa busca interessada é a visão do que é diferente que de alguma forma vai atrair a atenção dos espectadores, e de acordo com Becker (2005) a imagem, principal atrativo da TV, constitui-se por si só em elemento de sedução. E o texto falado conduz e alinha imagens, sons, ruídos, gráficos e vinhetas. O discurso verbal disciplina o não-verbal, o uso do tempo presente sinaliza duas estratégias narrativas: aproxima o fato do ouvinte por sua atualidade, e estabelece um registro coloquial, o que facilita a compreensão do texto sempre narrado pelo profissional (o repórter, o apresentador). E complementa:

Todas estas operações no uso da linguagem audiovisual buscam a construção de uma naturalidade e da objetividade na expressão da atualidade, no apagamento das marcas que regem o discurso telejornalístico, na identificação da narrativa dos acontecimentos com o desenrolar dos próprios fatos sociais. E cada um destes procedimentos, destes usos da linguagem, exige uma atenta observação. Tanto no exercício da profissão, como no de telespectador a percepção dos jogos enunciativos audiovisuais são muito importantes (BECKER, 2005, p.70-1).

De qualquer forma, a relação texto e imagem haverá uma compartimentação unindo-os e complementando-os, com a possibilidade de serem acompanhados por um texto em *off* nos noticiários como diz Becker (2005).

Valores-notícia ao longo da semana

É o jornalista que decide quais pautas vão virar notícia, quais imagens se adaptam melhor ao assunto. Para ser destaque entram em jogo os critérios de noticiabilidade. Muito se questiona sobre o que determina que um fato seja notícia e outro não, comenta Traquina (2001).



Atualmente, os jornalistas ocupam um papel essencial na sociedade contemporânea e midiaticizada, que evolui a cada dia, explica o pesquisador TRAQUINA (2001), por isso o jornalismo forma uma analogia e cada vez mais serve de objeto de estudo para todos os campos sociais.

O saber do reconhecimento é a capacidade de reconhecer quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia; aqui o jornalista mobiliza os critérios de noticiabilidade, um conjunto de valores-notícia, tais como a notoriedade, o conflito, a proximidade geográfica (ver Galtung, 1965/1993; Wolf, 1986), seu “faro para a notícia”, a sua “perspicácia noticiosa”, ou seja, nas palavras de Tuchman (1972/1993:85), essa “capacidade secreta do jornalista que o diferencia das outras pessoas (TRAQUINA, 2001, p.42).

TRAQUINA (2001) apresenta a construção da notícia, destacando que vários fatores a influenciam.

Os critérios de noticiabilidade, as características tecnológicas de cada meio noticioso, a logística da produção jornalística, retraimentos orçamentais, inibições legais, a disponibilidade modo inteligível e interessante, a um determinado público, a necessidade de empacotar a notícia de um modo que seja compatível com o imperativo comercial de vender as audiências aos anunciantes, e as formas de aparência dos acontecimentos sociais e políticos (TRAQUINA, 2001, p.63).

Segundo Wolf (2003), a noticiabilidade é resultante da cultura profissional jornalística e organizacional, em que há motivações, valoração e ações decisórias que fazem com que um fato tenha um status noticioso.

Os responsáveis pela escolha das matérias desempenham um papel minucioso, fundamental para a veiculação, até porque se sabe que nem tudo que acontece, vira notícia, ele se torna o gatekeeper, o grande responsável pelo que pode ou não pode ser de interesse para publicação.

White (1950), apud Traquina (2004, p.150), explica que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário, as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valores baseados no “conjunto de experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper”. Assim, numa teoria que Shudson (1989) designa de “ação pessoal”, as notícias são explicadas como um produto das pessoas e das suas intenções. É uma seqüência de decisões, que acabam tendo influência das teorias, que o gatekeeper leva em consideração para análise do que pode vir a ser notícia.



Breed (1995), citado por Traquina (2004) sublinha a importância dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade profissional do jornalista e considera que o jornalista se conforma mais com as normas editoriais da política editorial da organização do que com quaisquer crenças pessoais que ele ou ela tivesse trazido consigo.

É através de uma recompensa ou de uma “punição” que os jornalistas acabam por ser socializado na política editorial da organização. Os editores-chefes têm total domínio sobre o que pautar o jornalista: tanto pode lhe sugerir uma matéria agradável quanto uma menos agradável.

Becker (2005, p.83), explica sobre a diretriz do tempo curto, que desencadeia um processo de hierarquização dos acontecimentos, “o telejornal exhibe o caminho predeterminado das matérias que vão ser exibidas, e o telespectador acaba seguindo por intuito a seqüência elaborada pelo veículo”. O número de matérias é mais uma semelhança no modo de produção dos telejornais.

Realizam, portanto, uma seleção dos fatos que serão transformados em notícia, e, é claro, dos que não serão, em função do tempo disponível, da enorme quantidade de assuntos possíveis de serem escalados, do formato de apresentação da notícia e do modo de narrá-la, como a escolha do personagem que vai falar e não de outro, ou de um aspecto do acontecimento que será prioritariamente abordado. Por isso quando falamos em seleção falamos novamente em escolhas, recortes, em construção de sentidos (BECKER, 2005, p.88).

Essas funções estão relacionadas com um critério que se chama “imediatismo”: a presença dos repórteres nas matérias nos leva a pisar o território da atualidade. O olhar da câmera, realmente para o cenário da telerrealidade e o isso de localizadores lingüísticos como este, aqui, neste momento, de lá, ao vivo, olha aqui, nos transmite a sensação que o fato ocorre no momento das notícias.

A credibilidade nos remete a um princípio enunciativo fundamental, a objetividade, também chamado de verossimilhança. A câmera de televisão, em princípio registra a verdade. E a verdade que acontece agora, nesse momento, nem sempre é apresentada.

[...] Porque a legitimidade e a credibilidade dos jornalistas estão assentes na crença social de que as notícias refletem a realidade, que os jornalistas são imparciais devido ao respeito as normas profissionais e asseguram o trabalho de recolher a informação e de relatar os fatos, sendo simples mediadores de “reproduzem” o acontecimento na notícia (TRAQUINA, 2004, p.149)



As notícias são o produto para que haja matéria para publicar, são os fatos que mostram o caminho a ser seguido. E é a realidade dos acontecimentos que determinam o conteúdo noticioso.

A construção midiática segue hierarquizações, as quais, o telejornalismo classifica como importantes porque determinam as matérias que devem ir ao ar, como também determinam as imagens que precisam ser veiculadas para causar efeito de realidade e chamar atenção do público. Variam de acordo com a política de cada veículo, pois cada um possui sua política organizacional (TRAQUINA, 2004).

A partir de Vizeu:

Os noticiários televisivos ao apresentarem as notícias diariamente de uma forma sistematizada e hierarquizada constituem-se em um referente importante na construção desse mundo do cotidiano. Ao assistirem um telejornal, as pessoas também procuram sentidos para a realidade que as cerca. Elas aprendem ativamente e atribuem significados, ressignificam o mundo do telejornalismo, na experiência do seu dia-a-dia. (...). Na produção de parte da realidade, os efeitos que o desenvolvimento da televisão produz no campo jornalístico e submetido as suas regras e economia de produção são incomparavelmente mais importantes que aqueles que o surgimento da literatura industrial, com a grande imprensa e o folhetim provocaram nas definições modernas da cultura (VIZEU, 2005, p.7)

Gomis (1997, p.89), notícias envolvendo crimes catástrofes e outras desgraças circulam com privilégio e ocupam uma posição de destaque nas relações interpessoais. Define que o jornalismo pode ser entendido como um método de interpretação da realidade social, e é preciso observar segundo o autor, que é possível compreender de que forma os meios trabalham e como eles usam os fatos que são notícias para fazer uma projeção sobre o futuro da sociedade.

A seleção das notícias, diante de muitos fatos que acontecem todos os dias, é um processo difícil, pois dependem de fatores como valores-notícia relacionados à política e à hierarquização do veículo para divulgação.

Valores notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente (WOLF, 2003, p.202).

Esse tema, valores-notícia, conforme Wolf (2003) deriva de pressupostos implícitos e que são relativos a cinco critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua



transformação em notícia e esquecer outro. Para o autor a noticiabilidade é um conjunto de critérios, operações e instrumentos que controla a quantidade e qualidade dos acontecimentos. Quais acontecimentos podem ser considerados interessantes e significativos para serem formalizados na ordem do discurso de determinada notícia?

Os critérios vinculam-se às características das notícias, à importância e ao próprio interesse da mesma. A variável “proximidade” pode-se relacionar com o impacto da nação e sobre interesse nacional do que pode ser importante para as pessoas que tiverem assistindo o telejornal. Já a “relevância” identifica a quantidade de pessoas que o acontecimento atinge. Outro fator altamente considerado é a atualidade, o que o expectador espera para ver cada novo dia no “seu” telejornal. A “periodicidade” da produção informativa é um fator constituinte que marca o comprometimento com quem está sentado na poltrona, pronto para ver os principais acontecimentos do dia anterior, e até mesmo as quais recém aconteceram.

As contribuições de imagem e som

Em relação à construção do telejornal BDB, para defini-lo de uma forma mais precisa como informação é preciso descobrir qual o tratamento segundo CHARAUDEAU (2006) é possível fazê-lo. A informação é pura enunciação, e existem princípios que devem ser levados em consideração como o que constitui seu valor de verdade. Nesta questão entra em cena detalhes que são instituídos para a construção de uma notícia, como por exemplo, a autenticidade de um fato e subseqüentemente a seleção da informação que provoca um processo de produção de discurso em situação de comunicação.

...o tratamento é a maneira de fazer, o modo pelo qual o sujeito informador decide transpor em linguagem (e também iconicamente, caso possa recorrer à imagem) os fatos selecionados, em função do alvo predeterminado, com o efeito que escolheu produzir (CHARAUDEAU, 2006, p.38).

Apesar da opção do editor, depende-se da forma com que o informador irá transmitir a informação. Comunicar faz parte de uma escolha que pode produzir muitos efeitos de sentido ao outro.

Dessas acepções, podemos ressaltar que a televisão é o domínio do visual e do som, lugar da combinação de dos sistemas semiológicos, o da imagem e o da palavra. Charaudeau (2006) diz que dessa combinação nasce um produto, talvez mais apto do que outros a fabricar imaginário para o grande público, isto é, um espelho que reflete ao



público aquilo que é sua própria busca de descoberta do mundo. O autor relata que diferentemente do cinema, a televisão está obrigada, por contrato, a dar conta de uma determinada realidade.

Assim sendo a televisão tenta articular entre si três espaços que constituem lugares particulares de construção de sentido:

Um espaço externo, onde surgem os acontecimentos do espaço público, um espaço interno, onde se desenrola a cena midiática de representação dessa realidade, e um espaço interno-externo, que seria o lugar em que se articula uma relação simbólica de contato entre a instância midiática e a instância telespectadora (CHARAUDEAU, 2006, p.223).

A partir dessa reflexão, podemos ressaltar que há várias maneiras de abordar a descrição da relação entre a palavra e a imagem. Roland Barthes apud Charaudeau (2006, p. 223) considera que em 1967 já se evidenciava a autonomia desses dois sistemas significantes, pois cada um dele é portador de universos sociodiscursivos próprios, e também sua interdependência, pois estão numa relação recíproca de ancoragem/retransmissão, pelas quais se constrói a significação. O telejornal em conjunto o audiovisual é um gênero que integra inúmeras formas televisuais, bastante complexas, mas a partir dessas características que englobam e caracterizam o veículo. Charaudeau (2006, p.227) diz como a visualização mostra a descoberta da verdade; a filmagem do acontecimento que trás diretamente o momento em que se faz a tomada da continuidade (por exemplo, um incêndio); a montagem, que define a intervenção da instância de exibição podendo produzir um efeito de relevância de acordo o fato é transmitido ou suspeita, na medida em que é possível atribuir-lhe intenções manipuladora.

Para desenvolver esta pesquisa será levado em consideração os valores-notícia que permeiam as temáticas veiculadas pelo quadro “imagens da semana” de Bom Dia Brasil a partir do levantamento, dia-a-dia, das reportagens apresentadas durante a semana. O trabalho a ser realizado busca identificar os temas de acordo uma análise sistemática e de conteúdo das reportagens que se destacam em cada editoria a cada dia.

Veementemente para ampliação dos estudos será elaborada um pesquisa quantitativa no decorrer do levantamento das imagens, e logo após a seleção poderá ser realizada um pesquisa qualitativa para descobrir quais os valores-notícia estão presentes durante a apresentação do telejornal ao longo da semana.



Todo procedimento, seja qualitativo, seja quantitativo, é em grau maior ou menos reducionista. Essa redução é feita com certa diversidade, há então a necessidade de fazer um exame cuidadoso dos procedimentos analíticos quantitativos e qualitativos mais adequados para cada caso particular e em relação aos objetivos pretendidos (DUARTE E BARROS, 2007, p.26).

Qualquer procedimento quantitativo deve ser precedido por uma reflexão sobre quais os atributos pelos quais os fenômenos estudados são dessemelhantes e podem ser ignorados em relação aos objetivos pretendidos.

Segundo WOLFF, Apud ABBAGNANO (1982, p.786) “A quantidade é aquilo pelo qual as coisas semelhantes, mantendo-se firme a sua semelhança, podem diferir intrinsecamente” complementando “Aquilo pelo qual as coisas dessemelhantes, mantendo-se firme a sua dessemelhança, podem ser semelhantes”.

Segundo Bardin (1979), a análise de conteúdo abrange as iniciativas de explicitações, sistematização e expressão do conteúdo de mensagens com a finalidade de se efetuarem deduções lógicas e justificadas a respeito da origem dessas mensagens o que podemos relacionar com as imagens (quem as emitiu, em que contexto e/ou quais efeitos se pretendem causar por meio delas). Especificadamente, a análise de conteúdo identifica:

Um conjunto de técnicas de análises de comunicação visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção destas mensagens (BARDIN, 1979, p.42)

O processo de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo das imagens vai ser fundamental para o estudo das matérias veiculadas em uma semana pelo telejornal Bom Dia Brasil e as relações de acordo com as editorias que as classificações das imagens vão refletir. Depois de analisadas, com base nas imagens utilizadas na sexta-feira, será retomada essa divisão temática de modo a proceder à análise discursiva deste produto audiovisual.

Referências Bibliográficas:

ABBAGNANO, Nicola. **Dicionário de Filosofia**. São Paulo, Mestre Jou, 1982.



BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edição 70, 1979.

BECKER, Beatriz. **A linguagem do telejornal: Um estudo da cobertura dos 500 anos do descobrimento do Brasil**. E-Papers Serviços Editoriais, 2005. 2ª edição.

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

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio Teixeira de. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. Atlas, 2007. 2ª edição.

GOMIS, Lorenzo. **Teoría Del periodismo – cómo se forma El presente**. Barcelona: Piados, 1997.

REZENDE, Guilherme. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo, SP: Summus, 2000.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: Manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PICCININ, Fabiana. **Edição em jornalismo: Ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do sul: Edunisc, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no séc. XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

____. **Teorias do jornalismo. Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

____. **Teorias do Jornalismo Volume II: A tribo Jornalística – uma comunidade interpretativa transacional**. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.