



Realidade Construída: Uma análise dos valores-notícia e da serialidade temática presentes nas reportagens do telejornal *Bahia Meio Dia*, da *TV Oeste*.¹

Bruna Alves Pires²

José César dos Santos³

Faculdade São Francisco de Barreiras, Barreiras, Ba

RESUMO

No jornalismo, aspectos singulares são pinçados dos acontecimentos, transformados em narrativas de realidade (notícias), a partir das condições objetivas e subjetivas de reportar o cotidiano em sua complexidade. Este artigo é o resultado de um estudo monográfico sobre os valores-notícia mais frequentes e importantes nas coberturas jornalísticas de televisão no Oeste da Bahia. O telejornal pesquisado foi o *Bahia Meio Dia*, da grade de programação da *TV Oeste*, filiada da *Rede Bahia*, cabeça de rede da *Rede Globo*. Analisa o conteúdo de um conjunto de notícias televisivas veiculadas e coletadas no período de 14 a 26 de setembro de 2009, fundamentado nas teorias da notícia, do acontecimento e do jornalismo como forma de conhecimento. Entre as conclusões apresentadas, verifica que a serialidade temática está presente e diretamente relacionada com o perfil noticioso do telejornal em questão.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; telejornalismo; teoria da notícia; valores-notícia; análise de conteúdo.

Introdução

Na sociedade, grande parte dos indivíduos busca o conhecimento pelas diversas formas de saber, seja por vivências e contatos particulares com a arte, as ciências e a história, ou pode ser também pelo jornalismo. Nesta discussão sobre o que é conhecimento, o jornalismo assume então posição intermediária. Está no campo de atuação do senso comum, mas, atua de forma mais sistemática e elaborada, e mesmo não chegando a ser um conhecimento de rigor científico, não é menos importante pois pode produzir conhecimento de relativo valor universal a partir de singularidades não consideradas pelo método e teorias científicas.

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

² Bacharel do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da FASB, email: brunapires@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da FASB, e doutorando em Comunicação/UNB, email: cesarjsantos@hotmail.com

A narração do tempo presente construída pelo jornalismo não acaba em uma única representação dos acontecimentos, pois como os fatos na maioria das vezes têm desdobramentos, o que existe é a continuação e atualização da informação já existente. Nem tudo que acontece no mundo é noticiado pelos meios de comunicação, e a maior parte dos fatos que são noticiados é mostrada de forma diferente e uma das causas disso é o tratamento da informação adotado no interior das rotinas produtivas do jornalismo que é, em sua maioria, passível de interferências subjetivas, variáveis de acordo com as diferentes práticas e culturas profissionais. Cada fato é interpretado de uma forma, e um mesmo acontecimento vai gerar várias histórias diferentes, pois o que é levado em conta nas rotinas produtivas de cada equipe de produção são as normas empresariais dos veículos, a cultura profissional e pessoal do jornalista, além da noticiabilidade contida em cada acontecimento. Ao final, o produto oferecido ao público não é nada mais do que a realidade construída de algo que aconteceu. Uma história que em poucas explicações é caracterizada como verdade.

A maior ambição dos jornalistas é tentar fazer com que a notícia chegue cada vez mais perto da realidade abordada. Sousa (2002) afirma que as notícias ocupam a função de aparências dos fenômenos que ocorrem na realidade. Uma amostra com determinada interpretação específica do real. A notícia não espelha a realidade porque há limitação linguística e humana, por isso ela é mera representação do que acontece. As enunciações jornalísticas denunciam aspectos da realidade a que se referem e mostram as circunstâncias em que são produzidas, então há uma proximidade grande entre notícia, realidade e contexto da produção noticiosa. A relação de proximidade entre o acontecimento e sua produção enquanto notícia envolve determinados fatores indispensáveis para que entendamos porque temos as notícias que temos e porque elas são como são. Sodré ressalta que a definição do que é notícia depende da noticiabilidade adotada num contexto corporativo de um meio de comunicação, desta forma, “(...) o estatuto conceitual da notícia suscita considerações de ordem prática para a corporação editorial, inclusive a de saber se os tradicionais produtores do texto jornalístico ainda podem determinar em última análise o que é notícia”. (SODRÉ, 2009, p. 23). Neste contexto, o que vai ser levado em conta nos meios de comunicação são fatores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica, tecnológica e também os valores-notícia.

Um dos definidores do formato de notícias que temos hoje são os valores-notícia. Wolf (1995) já havia dito que os valores-notícia surgem nas rotinas produtivas como “maços”, desdobrando uma temática em uma série de matérias jornalísticas que valorizam cada uma um aspecto noticioso, que quando agrupadas se tornam um acontecimento maior e mais contextualizado do que apenas uma matéria isolada. Na televisão isso é constante, a dinâmica intensa das rotinas exige que cada temática seja aproveitada ao máximo, fazendo com que uma gama de seriedades temáticas sejam acionadas e articuladas.

Um olhar sobre o Bahia Meio Dia

Ocorrências que causam algum tipo de sensação são conhecidas como acontecimentos. Na aritmética, os acontecimentos são retratados como qualquer subconjunto do conjunto de resultados de uma experiência aleatória. O acontecimento evolui através da história, e nela ele é retratado como a junção de fatos que ajudam o ser humano a marcar, determinar uma época. As pessoas têm a necessidade de guiar-se pelos acontecimentos, pois eles servem como pontos de referência temporais e espaciais.

Os acontecimentos serão a imagem que a própria sociedade vai oferecer sobre si mesma, e as outras sociedades, e por sua vez, cada comunidade vai definir o que é acontecimento, e estabelecer implicitamente os parâmetros para a consequente transcendência social. (AISINA, 2005, p. 131)

É através dos acontecimentos vividos que se adquire conhecimento, uma espécie de saber do senso comum. Este saber é denominado por Park (1972) como “conhecimento de”, que se adquire através das experiências vividas em cada fato da vida. Segundo ele, há também o conhecimento advindo das ciências, o científico, denominado como “conhecimento acerca de”, que nasce a partir de hipóteses formuladas através do senso comum, com um aprofundamento e contextualização do fato, obtidos por meio da pesquisa sistemática. Tem a pretensão da verossimilhança e certo grau de exatidão, ao instituir a realidade a partir de ideias e palavras.

Nessa separação de conhecimentos, o jornalismo se encontra em posição intermediária. Opera no campo lógico do senso comum, mas se diferencia pelo modo como produz informações, mesmo assim, Park (1972) acredita que o jornalismo não chega a ser tão sistemático como as ciências, por exemplo, e, as notícias realizam para o



público as mesmas funções que a percepção realiza para os indivíduos. Já Meditsch (2004), vai além quando defende que o jornalismo mostra o que há de diferente na realidade: “O jornalismo não revela mal nem revela menos a realidade do que a ciência: ele simplesmente revela diferente. E, ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar”. (MEDITSCH, 2004, p.365)

Considerando que essa posição defendida por Meditsch (2004) segue a tese de Genro (1987), podemos dizer que o jornalismo aborda apenas alguns aspectos da realidade, que são escolhidos e pinçados como critério do que for mais singular. Diferentemente da história, que contextualiza e se aprofunda em acontecimentos do passado, o jornalismo é narrador do presente, é a “história contada à queima-roupa” Meditsch (2004), pelo modo como o acontecimento é instituído simbolicamente e publicado. O jornalismo contribui diretamente com a formação da história do presente e, na medida em que são veiculadas, as notícias automaticamente viram páginas do passado recente e se transformam em história.

Os jornalistas noticiam os fatos sempre à espera de novos desdobramentos, para que o acontecimento seja atualizado. Essa espécie de conhecimento formulado através das enunciações jornalísticas não se resume a uma única versão, mas vai se formando na confluência das várias versões que valorizam distintos aspectos, a depender dos elementos discursivos e narrativos acionados por quem produz a notícia. Diferentemente de outras formas de conhecimento, o jornalismo é capaz de mostrar ao público uma infinidade de nuances da realidade e do que é verdade. Isso é possível pela intermediação da cultura profissional de cada repórter, das regras corporativas e dos critérios de noticiabilidade relacionados aos fatos.

Neste processo de escolha do que irá ou não ser notícia, a noticiabilidade pode ser compreendida como um parâmetro de medida, que agrega um conjunto de requisitos e reúne as qualidades dos acontecimentos, possibilitando uma construção narrativa. Critérios como aqueles referentes à estrutura do trabalho dos diferentes meios de comunicação e à postura do jornalista também ajudam a determinar a noticiabilidade de um fato, que está sujeita a variações, de acordo com as culturas profissionais existentes. Se tais características do acontecimento não são compatíveis com as normas adotadas

nas redações, ele é descartado, e perder-se na infinidade de outras matérias primas que estão à espera de um julgamento sobre seu conteúdo.

Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde a um 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 factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (WOLF, 1995, p. 170)

Mais do que o conceito de Wolf (1995) citado acima, a noticiabilidade opera de acordo com a perspectiva de notícia que os meios de comunicação têm sobre os fatos. Os critérios de noticiabilidade estão diretamente ligados à relevância que os jornalistas dão aos fatos, para justificarem a sua publicação. As notícias são tudo aquilo que os jornalistas definem como tal, então buscam noticiar o que é de importância para a maioria: “O produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, pragmaticamente orientadas, que têm por objecto o que é publicado, e o modo como é publicado, no jornal e o que é transmitido, e o modo como é transmitido, no noticiário ou no telejornal” (WOLF, 1995, p. 173).

Os valores-notícia existem como ferramentas de auxílio para as rotinas produtivas dos jornalistas. Para evitar o caos, as redações utilizam uma organização hierárquica dos elementos constituintes de um fato. Aqueles que possuem mais poder de informar podem impor a sua versão sobre determinado acontecimento. O uso com rigor desses valores serve à lógica e aos objetivos pragmáticos estabelecidos no processo de produção da informação. Em resumo, para os jornalistas, é uma forma de facilitar o trabalho já que por dia uma série de acontecimentos e notícias de agências chegam até as redações e precisam de uma seleção em termos de importância para compor o noticiário cada vez mais próximo do instante simultâneo. Os valores-notícia despertam e cativam a atenção do público pela emoção e o fazem apreciar mais o material jornalístico; muitos valores juntos despertam com mais facilidade a atenção do leitor, e transformam a divulgação da notícia num processo autônomo que se dissemina pela sociedade com muita facilidade.

(...) São os valores-notícia que determinam a capa do jornal e da revista, a Escalada (chamadas dos blocos noticiosos na TV), a Home na Internet. E as notícias que concentram maior potencial informativo e atrativo são as que conjugam maior número de valores-notícia. (JORGE, 2006, p. 08)

Há uma série de classificações sobre os tipos de valores-notícia existentes, mas, em síntese podem ser classificados em temáticos e fundamentais.

A *TV Oeste*, filiada a *Rede Bahia*, cabeça de rede da *Rede Globo* é a única emissora de televisão do Oeste da Bahia. Abrange cerca de 21 municípios do oeste, são aproximadamente 600 mil pessoas que assistem a programação local todos os dias. Na sua grade de programação são oferecidos ao público três telejornais: *Jornal da Manhã*, *Bahia Meio Dia* e *BATV*. O BMD⁴ foi escolhido por ser o que possui maior duração, em torno de 40 minutos no ar, e também maior audiência, em virtude do horário em que é veiculado, ao meio dia. O programa é dividido em quatro blocos, sendo dois deles transmitidos para todo o estado da Bahia, e dois blocos locais com notícias da região. Nesta análise, caracterizada como de conteúdo, foi necessário realizar um trabalho de campo para levantar dados sobre as rotinas produtivas da equipe, valores-notícia e serialidade temática presente no material do *Bahia Meio Dia*: “A análise de conteúdo da mídia, por fim, nos ajuda a entender um pouco mais sobre quem produz e quem recebe a notícia e também estabelecer alguns parâmetros culturais implícitos e a lógica organizacional por trás das mensagens” (Shoemaker e Reasse *apud* Herscovitz, 2007, p.124)

O período escolhido para a análise seguiu o cronograma de pesquisa, sendo estabelecido a partir de um recorte o mais contemporâneo possível, neste caso, de 14 a 26 de setembro de 2009, partindo do tipo e frequência dos valores-notícia presentes na cobertura jornalística e de possíveis serialidades temáticas existentes. A gravação e decupagem dos telejornais, a análise de pautas e entrevistas com produtores e editores, foram os instrumentos de coleta de dados utilizados. Já na fase de análise desses dados contamos com um tratamento quantitativo, pelo uso de tabelas, gráficos e porcentagens para permitir uma apresentação mais clara e objetiva dos resultados. Todo o material foi analisado a partir das teorias do acontecimento, teoria da notícia e em especial a da construção social da realidade. Analisamos uma pauta fornecida pela *TV OESTE*, em que aparecem valores fundamentais e temáticos. A pauta, criada pela equipe de produção do telejornal no dia 14 de setembro (ver Figura 01), é sobre o trabalho desempenhado pela *Empresa Baiana de Água e Saneamento* (Embasa):

⁴ Abreviação utilizada pela equipe da TV OESTE para se referir ao telejornal Bahia Meio Dia.



[TV]OESTE/ARQUIVO PAUTAS TVOESTE TERÇA				[TV]OESTE/ARQUIVO PAUTAS TVOESTE TERÇA ECONOMIA/ÁGUA 1			
Assessoria	Redação	Contato	Telefone	Assessoria	Redação	Contato	Telefone
Local	País	Em	Modificado por	Local	País	Em	Modificado por

PROPOSTA:
CAROL, VAMOS MOSTRAR O TRABALHO DA EMBASA DE ESTÍMULO A ECONOMIA DE ÁGUA./

PAUTA:
CAROL, APESAR DE TERMOS UMA CIDADE BANHADA POR RIOS, COM ÁGUA EM ABUNDÂNCIA, AQUI EM BARREIRAS, A EMBASA ESTÁ REALIZANDO UM TRABALHO PARA CONSCIENTIZAR AS PESSOAS COM RELAÇÃO AO CONSUMO DE ÁGUA./
NA CIDADE, 50% DA POPULAÇÃO CONSUME A TARIFA MÍNIMA QUE É DE 13.000 LITROS DE ÁGUA, 45% CONSUME ATÉ 25 MIL LITROS DE ÁGUA E 5% ACIMA DE 25000 LITROS, O QUE É CONSIDERADO ACIMA DO LIMITE./

DE ACORDO COM FRANCISCO, GERENTE REGIONAL DA EMBASA, COM SIMPLES MEDIDAS, AS PESSOAS PODEM DIMINUIR AINDA MAIS O CONSUMO, COMO POR EXEMPLO, A INSTALAÇÃO DE CAIXAS D'ÁGUA E DE REDUTORES DE VASÃO / AINDA DE ACORDO COM O GERENTE DA EMBASA, EXISTEM CASOS EM QUE A REDUÇÃO CHEGA A SER DE 50%./ COMO FORMA DE ALERTA, A EMBASA ESTÁ COM UMA EQUIPE EXTRA, ONDE SÃO FEITAS ANÁLISES DE CONSUMO, PRINCIPALMENTE EM CASAS ONDE O CONSUMO TENHA AUMENTADO CONSIDERAVELMENTE, MUITAS VEZES O PROBLEMA PODE SER UM SIMPLES VAZAMENTO E AS PESSOAS NEM SE DÃO CONTA./ ALÉM DISSO, HOVE UMA RESTRUTURAÇÃO TARIFÁRIA, ASSIM, PARA QUEM CONSUME ATÉ 10 MIL LITROS DE ÁGUA, PAGA-SE 1,28 REAIS POR CADA 1000 LITROS, CONTUDO, A MEDIDA QUE ESSE CONSUMO VAI AUMENTANDO, PAGA-SE MAIS POR CADA 1000 LITROS CONSUMIDOS, E PARA QUEM CONSUME ACIMA DE 30 MIL LITROS, PAGA-SE 17% DE ICMS./

ENCAMINHAMENTO:
CAROL, VAMOS NOS ENCONTRAR COM SEU FRANCISCO NA EMBASA, DE LÁ VAMOS COM ELE PARA MOSTRAR ALGUNS LOCAIS QUE POR ECONOMIA, OS CONSUMIDORES CONSEGUIRAM DIMINUIR O VALOR DAS CONTAS. PEÇA PARA ELE DAR ALGUMAS DICAS DO QUE AS PESSOAS PODEM FAZER... QUAIS AS ATIVIDADES QUE MAIS GASTAM ÁGUA... MOSTRE O EXEMPLO...//

A CONTA DE IVANILSON COSTUMAVA SER DE 45 REAIS E AGORA CAIU

[TV]OESTE/ARQUIVO PAUTAS TVOESTE TERÇA				[TV]OESTE/ARQUIVO PAUTAS TVOESTE TERÇA ECONOMIA/ÁGUA 2			
PARA 14 / ELE INSTALOU O REDUTOR HÁ 2 MESES / O PESSOAL DA EMBASA PODE EXPLICAR ONDE FICA A CASA DELE OU IR JUNTO SE ACHAREM NECESSÁRIO./							
INDICARAM OUTRO PERSONAGEM MAS COMO FICA NO BAIRRO SANTO ANTONIO NÃO MARCAMOS POIS FICARIA MUITO LONGE UM DO OUTRO./							
ENTREVISTADO 01: FRANCISCO ANDRADE - GERENTE REGIONAL DA EMBASA LOCAL: EMBASA HORÁRIO: 10H30Min. FONE: 9198 4816							
ENTREVISTADO 02: IVANILSON FRANCISCO DE ALENCAR - ELETRICISTA LOCAL: RUA I, NÚMERO 29, VILA NOVA / IR PELA BR, NA SAÍDA P/SALVADOR, ENTRAR NA RUA DO CEMITÉRIO JARDIM DA SAUDE./ PASSAR PELO MERCADO DIAS / AS TRAVESSAS SÃO EM ORDEM ALFABÉTICA - A DELE É A I./ HORÁRIO: 11H FONE: 8114 6758							
INFOS EXTRA:							
A TARIFA MÍNIMA DE 10 METROS CÚBICOS VARIA EM TRÊS CATEGORIAS:							
TARIFA SOCIAL 6,05R\$ TARIFA INTERMEDIÁRIA 11,90R\$ TARIFA NORMAL 12,85R\$							

FIGURA Nº01: Pauta (com continuação) sobre estímulo de economia de água
Fonte: Arquivo impresso da TV Oeste (2009)

Esta pauta faz parte de um grupo de reportagens que foi feita com o mesmo propósito de falar sobre a situação climática da cidade de Barreiras durante o mês de setembro, em que os índices de umidade relativa do ar chegam a variar entre 20% a 30%, considerados baixíssimos quando relacionados com a temperatura da região Oeste da Bahia. Já de início, no item *Proposta* (ver Figura 01), percebe-se a presença de alguns valores-notícia fundamentais, atualidade e notoriedade, expostos na explicação da pauta. O valor fundamental *atualidade* está contido na pauta porque diz respeito ao trabalho atual que a Embasa está fazendo no sentido de mobilizar a população para economizar água. Já o valor *notoriedade* justifica-se porque é um trabalho desempenhado por uma instituição, neste caso, a *Embasa*, que faz o abastecimento de água para toda a população da Bahia, inclusive a do município de Barreiras.

Na mesma pauta, a *proximidade*, outro valor-notícia fundamental, aparece também como critério de noticiabilidade, quando a pauta mostra os problemas de consumo de água em Barreiras, como no trecho a seguir: “Apesar de termos uma cidade banhada por rios, com água em abundância, aqui em Barreiras, a Embasa está realizando um trabalho para conscientizar as pessoas com relação ao consumo de água”.

É neste momento da pauta que a proximidade toma forma, pois os serviços oferecidos pela Embasa (instituição de reconhecida notoriedade no contexto local) para reduzir o desperdício estão sendo realizados em Barreiras. O mesmo também pode ser observado num trecho anterior, quando a pauta contextualiza a cidade de Barreiras como um local onde há abundância de recursos hídricos.

A matéria não faz parte do grupo de notícias factuais. Ela é uma “notícia fria”, destinada ao *BMD* por ter um conteúdo informativo e também educativo para que as pessoas aprendam as múltiplas formas de poupar a água. O tema está diretamente ligado com o meio ambiente e com o período de seca que a cidade geralmente vive no mês de setembro.

Como trata indiretamente da questão ambiental, a pauta tem como valor-notícia temático o *Meio Ambiente*, pois se refere a recursos naturais, programa de preservação (neste caso a água), a melhoria da qualidade de vida no espaço urbano. A pauta também aborda implicitamente sobre a economia, por isso, o outro valor-notícia encontrado nessa pauta seria *Dinheiro*, já apontados no seu encaminhamento e principalmente no item anterior da pauta que mostra informações como impostos, taxas, finanças públicas, solicitando ao repórter para se destacar a economia feita pela população nas contas de água. (ver Figura 01).

Após esta análise de uma das pautas do *BMD*, percebemos que há valores-notícia que logo de cara aparecem e se destacam, e também há aqueles que não estão muito visíveis, ditos que são só detectados mediante uma análise mais detalhada do encaminhamento da pauta. Fora a presença dos valores-notícia, o que se observa fortemente nessa pauta é o caráter orientação, com objetivo de beneficiar a população que está pagando mais pelo desperdício de água, e também, beneficiar o meio ambiente em especial os rios, que estão com menos volume de água no período de escassez de chuvas. Como assinala Genro (1987), o jornalismo é uma forma de conhecimento constituída a partir de cada fato singular que é pinçado da realidade, isso faz com que os telespectadores adquiram conhecimento através do material jornalístico.

Frequência dos valores-notícia no BMD

O telejornal *Bahia Meio Dia* tem o perfil de “revista eletrônica”, por isso mostra muitas reportagens voltadas para o entretenimento, de caráter comunitário, público e

social e ainda notícias locais que despertem algum interesse no telespectador que acompanha diariamente a programação. Considerado um tipo de jornal leve, o BMD é assim justamente por conta de seu público que é composto em sua maioria por donas de casa, jovens e estudantes. Assuntos como educação, dicas para melhor administrar o orçamento doméstico, e também aqueles ligados ao terceiro setor, são os mais frequentes na programação do telejornal BMD. Apresentamos na sequência (ver Tabela 01) os resultados em percentuais dos valores-temáticos que são identificados no período em análise, perfazendo o total de 28 matérias, em números absolutos.

Frequência de valores-temáticos no BMD de 14 á 26 de setembro de 2009					
Tema	Porcentagem	Tema	Porcentagem	Tema	Porcentagem
Sexo	3,5%	Saúde	21,4%	Educação	28,5%
Poder	42,8%	Trabalho	50%	Ciência	7,1%
Dinheiro	32,1%	Religião	10,7%	Arte	17,8%
Morte	14,2%	Meio Ambiente	28,5%	Moda	0%
Mistério	7,1%	Amor	21,4%	Contrastes	35,7%
Lazer	28,5%	Confidências	14,2%	-	-

TABELA nº01: Frequência dos valores-temáticos no BMD de 14 a 26 de setembro de 2009

FONTE: Pesquisa de Campo (2009)

A partir desses dados, temos a frequência dos valores-fundamentais durante as duas semanas analisadas (ver Gráfico 01).

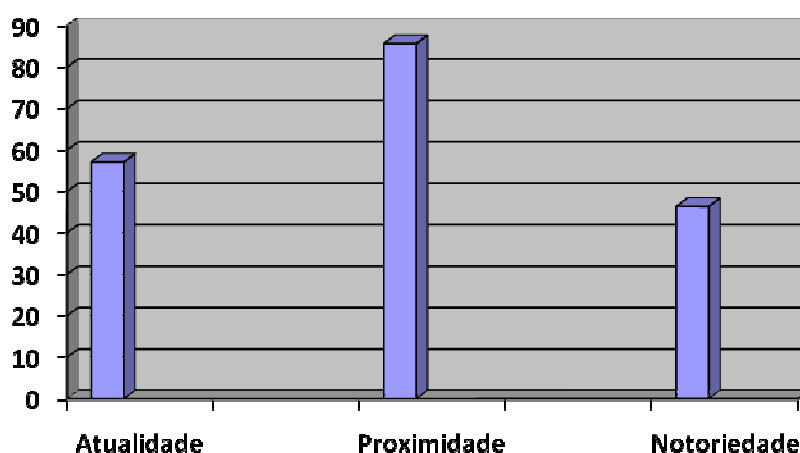


GRÁFICO Nº01: Valores-fundamentais mais frequentes nas notícias do BMD

FONTE: Pesquisa de Campo (2009)

Os resultados quantitativos obtidos não surpreenderam, tendo em vista que muitas informações obtidas aqui já haviam sido inicialmente inferidas com base nas informações obtidas no contexto geral dessa pesquisa. De acordo com a Tabela 02, o valor-temático que mais aparece nas reportagens é o relacionado ao trabalho (50%). Tem uma série de notícias relacionadas ao mercado profissional, economia formal e informal, empregos, desemprego e frentes de trabalho. São notícias com o perfil informativo em sua maioria, que mostram profissões alternativas que estão dando bons resultados na região Oeste da Bahia; dicas de como arrumar emprego e também dicas principalmente para jovens e donas de casa de como garantir um renda extra.

O segundo valor mais frequente é o *Poder* (42,8%), devido a matérias que mostram fatos envolvendo o trabalho realizado por instituições públicas, municipais, organizações empresariais, sindicatos e ONGS, além de mostrar assuntos relacionados ao poder judiciário e executivo de outras cidades da região. Normalmente, essas notícias vinham também com um outro valor-temático agregado frequentemente utilizado: o *contraste* (35,7%). As reportagens confrontavam, por exemplo, a versão do poder público com a versão de algum especialista, ou até mesmo da população. Em outras situações em que o contraste não estava aliado ao poder, eram feitas comparações entre o moderno/antigo, ignorância/educação, rico/pobre, pequeno/grande.

Trabalho, Poder e Contraste foram então os principais e mais frequentes valores-notícia encontrados nas matérias veiculadas durante o recorte pesquisado. Mas não se pode esquecer que valores como *Dinheiro* (32,1%), *Meio ambiente* (28,5%), *Lazer* (28,5%) e *Educação* (28,5%) também apareceram com certa frequência até mesmo para dar maior consistência as matérias, e no caso dos três últimos, registra-se curiosamente o mesmo percentual.

No Gráfico 01, em que estão expostos os valores-fundamentais (atualidade, proximidade e notoriedade), comprova-se então o que já havia sido constatado durante as entrevistas: a *proximidade* (85,7%) é o valor-fundamental mais considerado pela Departamento de Jornalismo da TV Oeste na produção das pautas para o *Bahia Meio Dia*. Os profissionais já haviam mencionado sobre a importância de se abordar assuntos que sejam de interesse do público e que principalmente sejam fatos referentes à realidade local e o dado quantitativo está diretamente relacionado com uma das dificuldades abordadas pela produção: a falta de notícias “quentes”. A pesquisa não se

propôs a fazer um mapeamento de frequência desse tipo de notícias, mas as conclusões que se chegam referente a esta dificuldade citada pela produção do *BMD* é que ela faz sentido, considerando que o valor-fundamental *atualidade* (57,1%) foi superado pelo valor-notícia *proximidade* (85,7%).

Serialidade temática do *BMD*

A pauta analisada anteriormente (ver Figura 01) faz parte do material gravado referente à primeira semana do telejornal *BMD* (de 14 a 19 de setembro). Além dela outras pautas foram criadas com o intuito de buscar desdobramentos do assunto “altas temperaturas na cidade de Barreiras”, embora a princípio não possuam uma ligação direta, mas quando observado em conjunto, ao longo de uma semana de gravação, percebe-se claramente a linha de continuidade. A hipótese levantada é a de que as reportagens foram feitas com o objetivo de garantir uma serialidade temática (continuidade), formando um tipo enredo no conjunto das edições. Na análise das notícias correspondentes a segunda semana, permaneceu a serialidade sobre aquele assunto, fenômeno que se repetiu em relação às matérias que se referiam ao evento musical promovido pela *TV Oeste*, *O Toque Brasileiro*.

Alguns assuntos aparecem e permanecem no noticiário por períodos consecutivos curtos ou longos. Outros surgem, se interrompem o alguns dias, semanas ou meses e voltam novamente ao noticiário mais adiante, de acordo com a seleção decorrente dos valores-notícia. Diferente dos romances ou filmes, onde as histórias são integrais e o ciclo cronológico da intriga se completa, as notícias diárias são fragmentos desconexos de sentido, dificilmente contam uma história completa. As notícias são assim fragmentos dispersos e descontínuos de significações parciais. (...) Na análise da narrativa jornalística é preciso, pois, conectar as partes, identificar a serialidade temática e o encadeamento narrativo cronológico para compreender o tema como síntese (compreender a diegese ou a projeção de um mundo a partir do enredo e das sugestões que dele emanam). (MOTTA, 2007, p.143 – 144)

A seguir, mostramos a serialidade temática das duas semanas sobre o assunto *Altas temperaturas em Barreiras* (ver Tabela 02), através das chamadas lidas pelo âncora do *Bahia Meio Dia*, no período de 14 a 26 de setembro:



Serialidade Temática no BMD		
Data de veiculação	Título da reportagem	Chamada
15/09/2009	Aumento das temperaturas em Barreiras	-“Quem mora em Barreiras já está acostumado com as temperaturas elevadas e a baixa umidade relativa do ar./ O que muita gente talvez ainda não saiba é que os termômetros estão sim registrando aumento a cada ano.”
18/09/2009	Estímulo da Embasa para a economia de água	-“Vamos falar de economia./ O consumo de água costuma aumentar nesta época de calor e tempo seco aqui na região./ Mas para evitar o desperdício, uma medida bem simples pode ajudar a controlar o gasto em casas onde não tem o reservatório de água.”
18/09/2009	Receita de salada	-“E com esse calor todo que tal ir para a cozinha. Mas para preparar uma refeição bem leve e nutritiva também./ A dica de hoje do BMD é uma salada, um prato fácil e bem rápido de fazer.”
21/09/2009	Calor e consumo de água mineral em Barreiras	- “E nós começamos falando de calor e consumo de água em Barreiras./ Com temperaturas próximas aos 40° e umidade relativa do ar abaixo do recomendado pela Organização Mundial de Saúde, o jeito é beber muita água./ Só numa empresa de água mineral aqui na cidade as vendas aumentaram 50% neste período, e nas casas e no comércio o consumo também aumentou bastante.”
22/09/2009	Cuidados com os pés no período da seca	-“E o calor e o tempo seco não causam apenas incômodo para as pessoas./ A saúde do corpo também sofre os efeitos das mudanças bruscas de temperatura./ Nesta época do ano o ressecamento da pele e dos pés é uma consequência dos dias mais secos com umidade relativa do ar bem baixa.”
24/09/2009	Plantação de melancia no Barreiras Norte	-“A melancia é uma fruta ideal para ser consumida nesta época do ano com muito calor. Aqui na cidade ela é cultivada no Projeto de Irrigação Barreiras Norte./ E os produtores trabalham bastante para colher a fruta, que faz sucesso também em outros estados do Brasil.”

TABELA N°02: Serialidade Temática no Bahia Meio Dia – Assuntos
FONTE: Pesquisa de Campo (2009)

Ao vermos todos os telejornais do período analisado, percebe-se que VTs que a princípio não tem uma relação direta acabam fazendo parte de uma mesma temática. Esta serialidade fica mais perceptível quando se assiste todas as edições do telejornal de uma vez só, sendo uma consequência da narratividade que se encontra também na mensagem jornalística pertinente ao seu conteúdo. Esta narratividade organiza os conteúdos que vão ser veiculados, produz significações e dá sentido as notícias. Mais do que isso, as notícias que são fragmentadas passam a fazer parte de um acontecimento integral maior do fenômeno detectado nas reportagens do BMD, que, segundo Motta (2007), é frequente no jornalismo. Ele explica que as notícias são organizadas assim como a mente humana se organiza.

Reunir as notícias isoladas em sequências ou histórias contínuas não é mero capricho nem uma justificativa metodológica. É assim que se move a mente do receptor. Ao ler/ver/ouvir as notícias de hoje as pessoas associam os fatos, causas e consequências, põem os episódios de hoje nas histórias de ontem,

relacionam pontos, associam antecedentes e conseqüentes, demarcam começos e finais de histórias temáticas. (...) É assim que percebemos e construímos, através da memória, a nossa realidade no mundo da vida: a vida se transforma em arte (em narrativas dramáticas) e a arte se converte em um veículo através do qual a realidade se torna manifesta. Construímos então as nossas identidades, a nossa biografia, a nossa história, o nosso passado, presente e futuro. (MOTTA, 2007, p.146)

Tal fenômeno está diretamente relacionado aos elos entre os acontecimentos que estruturam o encadeamento das ideias e operam como se fossem sequências cronológicas da história, e que retarda o desfecho do acontecimento integral, retratado em série. Mais do que isso, os ganchos denunciam aspectos como o ritmo da narração, explicações causais e outras atitudes organizativas do texto.

Baseando-se no que foi analisado nas pautas que foram produzidas, observamos que realidades não tão importantes em determinadas épocas, em outros momentos mereceram destaque, com isso, caracterizamos o processo de produção noticioso do BMD como parte da construção social da realidade engendrada pela mídia. Isso acontece porque a produção jornalística busca enfoques diferenciados para fatos que a princípio não são tão recheados de valores-notícia, mas que se forem devidamente trabalhados poderão conquistar o interesse do público. Na verdade, o que se pode constatar é que a produção trabalha as realidades locais de modo que se revistam de elementos interessantes e virem notícias. Tendo como referência um enredo central, uma gama de acontecimentos fragmentados é elencada para constituir o acontecimento maior. Estes assuntos que a princípio não têm qualquer relação, acabam neste contexto construindo uma história, portadora de narratividade.

Conclusão

É a partir das rotinas produtivas de cada meio de comunicação que as notícias são construídas. Narrativas tidas como verdades que estão recheadas de valores éticos, profissionais e também os valores-notícias, mecanismos pelos quais as notícias tomam forma, e seguem alguns enquadramentos e focos diversos.

Cada notícia, com suas histórias, retrata e compõe as versões que vão sendo instituídas sobre a realidade, e pelo contrato cognitivo estabelecido tacitamente detém a confiança do público que as consideram como verdades, principalmente quando são

apresentadas em matérias televisivas, em que o áudio e o vídeo proporcionam as referencialidades exigidas em função dos fatos.

A narratividade encontrada nas matérias jornalísticas do telejornal *Bahia Meio Dia* é enxertada de valores-notícia. Como foi apontado na análise de uma das pautas do telejornal, valores como *Meio Ambiente*, *Dinheiro*, *Notoriedade*, *Atualidade* e *Proximidade* foram detectados como definidores da notícia. Visto que o mesmo assunto também poderia ser abordado de outro modo, valorizando outros valores.

Confirmando o perfil do telejornal exibido ao meio dia, o BMD é um programa voltado para mostrar um panorama do que acontece no Oeste da Bahia, destinado a donas de casa, estudantes, jovens, idosos, pessoas desempregadas e as que por ventura chegam do trabalho para o almoço. A linguagem é leve e os principais valores-notícias detectados nos VTs comprovam o perfil “revista eletrônica”. *Trabalho*, *Poder* e *Contraste*, foram os mais frequentes nessa cobertura, seguidos de *Dinheiro* (32,1%), *Meio ambiente* (28,5%), *Lazer* (28,5%) e *Educação* (28,5%), que de alguma forma contemplam o aspecto educativo desse material jornalístico, mostrando matérias com roupagem que estimularam o conhecimento das pessoas, a exemplo daquela sobre o estímulo a economia de água.

A serialidade temática, um dos fenômenos detectados durante a pesquisa de campo, mostra como a narratividade dos acontecimentos é algo forte e exaltado nas produções jornalísticas. Principalmente num telejornal diário como o BMD, que exige dedicação para que os assuntos sejam veiculados de forma a não deixar que o telespectador perca o interesse pelo noticiário. Neste caso, o recorte empírico pesquisado apresenta várias matérias sobre um mesmo tema, que não necessariamente foram veiculadas em sequência cronológica diária, mas que tinham uma linha de continuidade. Ao serem assistidas no conjunto, mostram um fio condutor maior, uma discussão mais completa sobre a situação climática da cidade de Barreiras no mês de setembro. Os valores-notícia e a serialidade (narratividade) contida no material analisado se complementam e são paralelos, por essa ótica, fazem parte de um processo cada vez mais elaborado de produção e construção noticiosa.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. 1ª Edição. Editora Vozes. Petrópolis – RJ, 2005.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da Pirâmide – para uma teoria marxista do jornalismo**. 2ª edição. Editora Tchê. Porto Alegre-RS, 1987.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. **Análise de conteúdo em jornalismo**. In: Lago Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis-RJ. Editora Vozes, 2007.

JORGE, Thaís de Mendonça. Notícia e os valores-notícia. **O papel do jornalista e dos filtros ideológicos no dia-a-dia da imprensa**. UNIrevista - Vol. 1, nº 3, julho 2006. Universidade de Brasília - UNB, Brasília, DF.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** In: HOHLFELDT, Antônio; GOBBI, Maria Cristina. **Teoria da comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros**. 1ª Edição. Editora Sulina. Porto Alegre – RS, 2004.

MOTTA, Luiz Gonzaga. Análise pragmática da narrativa jornalística. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 1ª edição. Editora Vozes. Petrópolis – RJ, 2007.

PARK, Robert E. **A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento**. In: STEINBERG, Charles S. (org.) **Meios de comunicação de Massa**. 2ª Edição. Editora Cultrix. São Paulo – SP, 1972.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis – RJ. Editora Vozes, 2009.

SOUSA, Jorge Pedro. **Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia**. Universidade Fernando Pessoa. 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>>

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Editora Presença. 4º Edição. Lisboa. 1995.