



Edição da notícia em TV: a percepção dos telespectadores¹

Cíntia Cristina de SOUZA²
Vanessa Matos dos SANTOS³

Universidade Sagrado Coração - Bauru, SP

Resumo

A credibilidade ostentada pela TV e pelo seu produto, a notícia, é consequência do uso de imagens dinâmicas que ilustram fragmentos da realidade. Entretanto, a edição empregada na narrativa telejornalística tem a função de selecionar o que o telespectador vê e, em muitos casos, determina a compreensão que as pessoas terão das notícias. No que se refere ao desenvolvimento, esta pesquisa foi realizada a partir de um levantamento bibliográfico embasado em livros e artigos científicos com os quais foi possível abordar a estrutura dos telejornais, demonstrar e definir o conceito de notícia de TV. Assim sendo, o presente artigo se propõe a estudar a compreensão do telespectador sobre determinado assunto em função das técnicas de edição utilizadas e da angulação dada ao assunto pelo jornalista. Para isso, realizamos um levantamento teórico sobre o conceito de edição jornalística, para posteriormente exibirmos três diferentes vídeos (angulações diferentes) sobre o mesmo tema para um mesmo público. Finalizamos com a apresentação dos resultados obtidos por meio de questionário pré e pós-exibição.

Palavras-chave: Televisão; Enquadramento de imagem; Notícia; Edição.

Introdução

A televisão é um meio de comunicação de massa de grande abrangência no Brasil e no mundo. Em diversos países a TV ocupa um lugar privilegiado entre os veículos de comunicação e serve como forma de lazer e informação à população, dividindo a preferência do público com jornais, revistas, rádio, cinema, livros e até a internet (REZENDE, 2000).

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 02 a 06 de setembro de 2011.

² Estudante de Graduação. Curso de Jornalismo da USC-SP. E-mail: cinthia_jornal@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da USC-SP. E-mail: vanmatos.santos@gmail.com.



No caso brasileiro, a TV não é apenas um veículo do sistema nacional de comunicação. Ela desfruta de um prestígio tão considerável que assume a condição de única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população (REZENDE, 2000, p. 23).

A importância dada a este veículo pode ser relacionada à imagem, que é classificada por Rezende (2000) como o trunfo da TV, o que garante a ela ser o meio de comunicação mais fascinante. O autor ainda descreve que “por sua íntima afinidade com a emoção, a TV possui um potencial de mobilização afetiva inigualável” (REZENDE, 2000, p. 71). Münch (1992), citado na obra de Souza Leal (2006, p. 7), igualmente afirma a afetividade da imagem proferindo que além do caráter estritamente informativo, a imagem tem a função de estimular, de maneira sensorial e emocional, o espectador.

Edição da notícia em TV

As imagens são responsáveis por cativar e chamar a atenção do telespectador para o que é transmitido na televisão, seja em um programa de entretenimento ou jornalístico. A partir de então, podemos destacar que tais programas contribuem para a construção de mundo que as pessoas têm. Esta afirmação pode ser comprovada por Park (2003 *apud* LEAL, 2007, p. 1), quando ele descreve que “as pessoas apenas enxergam o mundo através de uma moldura de uma janela”. Segundo o autor, o tamanho e a direção em que esta janela está, influência no que as pessoas enxergarão, diminuindo ou ampliando sua visão (PARK, 2003 *apud* LEAL, 2007, p.1).

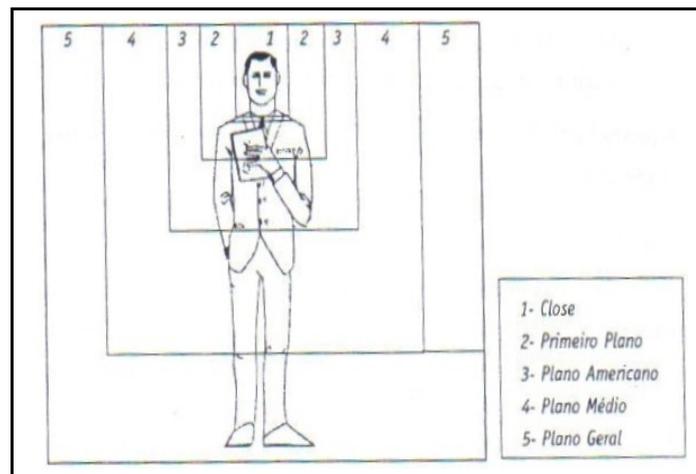
Deste modo, Leal (2007, p.2) complementa que, não só a televisão, mas a mídia no geral, “é a moldura da janela pela qual a opinião pública entrará em contato com uma pequena parcela da realidade, sendo os jornalistas responsáveis por sua construção”. Ainda segundo o autor, esta organização e escolha de determinados fatos ao invés de outros, é classificada como enquadramento, em que o jornalista, além de escolher um assunto, enfoca “uma parte da realidade em detrimento de outra” (LEAL, 2007, p. 2). Tal conceito é conhecido como enquadramento midiático. Porém, a presente pesquisa irá apresentar apenas o conceito de enquadramento⁴ de câmera, como veremos nos parágrafos seguintes.

O enquadramento pode ser entendido a partir do posicionamento de câmeras com relação ao objeto filmado. Segundo Curado (2002, p. 107), a posição da lente em

⁴ É importante destacar que, embora o termo seja o mesmo, não faremos qualquer alusão à Teoria do Enquadramento.

relação ao que será filmado “define a maneira como o telespectador vai ver determinada cena”. A partir deste conceito, veremos alguns ângulos e recursos utilizados durante a filmagem que ajudam e influenciam a compreensão do telespectador. Com base na obra de Curado (2002), podemos enumerar alguns planos básicos de filmagem, como: Plano Geral; Médio ou Americano; Meio Plano; e *Close-up* (ver figura 1).

Como Plano Geral, a autora classifica ser o plano aberto ou mais abrangente, que mostra o corpo todo de uma pessoa, ou no caso de um lugar, mostra cenas amplas do ambiente, pessoas e objetos que o compõe. Já o Plano Médio é a tomada de câmera da cintura para cima. Este plano é o mais usado para filmar as *passagens*, ou seja, a participação do repórter na matéria. O Meio Plano é a filmagem que mostra do peito para cima em uma pessoa e o *Close-up* mostra a cabeça e os ombros de uma pessoa. Este recurso também pode ser utilizado para dar “ênfase a uma informação que está sendo dita pelo repórter ou pelo entrevistado.” (CURADO, 2002, p. 108).



Fonte: Curado (2002, p. 109)

Figura 1: Enquadramentos de câmera

Para compreender melhor o posicionamento de câmera, podemos tomar como base as explicações de Tuchmann (1980), citado na obra de Vizeu e Correia (2008)

[...] os telejornais utilizam ângulos determinados na produção das reportagens com enquadramentos que buscam conferir significados sociais às relações espaciais. Uma imagem mais próxima procura enfatizar aspectos mais dramáticos da matéria, ocorrendo o contrário quando a imagem é mais geral, procurando transmitir uma espécie de reprodução da realidade, como se esta estivesse sendo mostrada de uma forma objetiva tal como é, produzindo um efeito real (TUCHMANN, 1980 apud VIZEU; CORREIA, 2008, p. 14).

Piccinin (2008) ainda defende que o enquadramento está diretamente ligado ao processo editorial da notícia, ou seja, para a autora, o primeiro desafio para selecionar o



enquadramento de uma notícia é saber o que contar para depois escolher como contar. A autora ainda esclarece que tal procedimento está relacionado ao veículo, o qual considera seu público-alvo, rotinas de produção, e até propostas editoriais, para elaborar uma notícia. Sendo assim, para Entman (1993 *apud* LEAL, 2008, p. 1) enquadramento é a organização das idéias que serão transformadas em matérias jornalísticas. A partir desta afirmação, podemos destacar que esta organização não acontece apenas através do enquadramento. Uma notícia para ser veiculada deve estar organizada para que o telespectador a compreenda. Deste modo, os fatos para tornarem-se “telejornalizáveis”, como classifica Ramonet (1999 *apud* PICCININ, 2008, p. 18), passam pelo processo de edição.

Porcello (2006, p. 162) explica o conceito de edição afirmando ser “o recorte necessário para que a notícia seja transmitida e, principalmente, compreendida pelo público”. O autor ainda completa dizendo que “A edição em TV (...) é a maneira de montar a história que o repórter vai contar em sua matéria” (PORCELLO, 2006, p. 163). Piccinin (2008) exemplifica este conceito:

Contar uma boa história jornalisticamente implica em escolhas que pressupõem cortes, inclusões, ênfase, omissões; enfim, operações que resultam de complexas e sucessivas decisões em busca do tratamento e linguagem mais adequada à narrativa. Ou seja, contar uma boa história é, sobre tudo, bem editá-la, seja em qual for o suporte. (PICCININ, 2008, p. 14).

Mas, antes de editar uma matéria, há autores que sustentam que deve-se conhecer a audiência que consumirá a notícia. Curado (2002), por exemplo, defende que as escolhas das imagens, sons ou informações estão ligados ao interesse jornalístico da emissora e a audiência do telejornal. A autora sustenta que, apesar de não conhecer ao certo quem são telespectadores, a edição faz referência essencialmente o atendimento da audiência, o que amplia “a abrangência do produto pela promoção do nível de satisfação que produz, geralmente associada ao prazer de o telespectador ficar diante da tela da TV” (CURADO, 2002, p. 130).

Entretanto, Piccinin (2006) defende que “os jornalistas estão convencidos eu detêm um conhecimento preciso do que interessa ao público, assim como as melhores formas que devem se adotadas para contar uma estória” (PICCININ, 2006, p. 143). No entanto, retomando a questão da edição, Piccinin (2008) defende que a construção da notícia implica o uso de recursos de vídeo, áudio e texto, os quais, quando combinados, transformam um fato em notícia televisiva. Squirra (1990 *apud* COUTINHO, 2005, p.



3) destaca que a edição é importante, pois, ordena os assuntos, além de atrair a atenção do telespectador através de seus aspectos de interesse e criatividade. Piccinin (2006) afirma que a falta de objetividade ocorre por causa dos “esquemas padrões de produção”, os quais são resultados de “inúmeras decisões e tensões que tentam ser continuamente objetivadas” para produção jornalística (PICCININ, 2006, p. 151). Contudo, podemos destacar a afirmação de Porcello (2006):

Editar em televisão é agir, decidir, escolher. Editar é recortar. Mas, cuidado! Escolher certo. Optar pelo melhor recorte. Decidir com firmeza e convicção. A simples seleção do que é, ou não é “fato jornalístico” já pressupõe uma escolha. (PORCELLO, 2006, p. 167).

Sendo assim, abordaremos a compreensão do telespectador sobre determinado assunto em função das técnicas de edição utilizadas e da angulação dada ao assunto pelo jornalista.

Novos olhares: relato de uma experimentação

Como vimos anteriormente, enquadramento e edição jornalística têm como objetivo principal selecionar determinados fatos em detrimento de outros. Tal seleção está diretamente ligada às características editoriais de cada empresa jornalística. Também o texto jornalístico, seja ele televisivo ou não, pode ser construído de diversas maneiras segundo critérios de noticiabilidade, ritmo de edição e enquadramento distintos, os quais atribuem significados, impactos e até influências diferentes em seus receptores.

Como experimentação, foram produzidas três matérias televisivas sobre a desigualdade social na cidade de Bauru, com enquadramentos e edições distintas. Para a produção das matérias foi realizado um levantamento dos dados gerais do município, como a renda per capita e familiar, o números gerais da desigualdade social da cidade, assim como alguns exemplos de personagens que pudessem humanizar a matéria. A obtenção destes dados ocorreu via internet, através de sites da prefeitura, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE) e também através de uma entrevista preliminar com a Secretária do Bem Estar Social do município, Darlene Tendolo. Para ilustrar os dados e o tema da matéria, foram criadas algumas artes que ilustraram o conteúdo exibido.



As imagens que representam a desigualdade social foram captadas pela cidade durante dois dias, nas principais avenidas e ruas e também na região central. Após a captação e elaboração do texto, os VTs foram editados seguindo padrões estabelecidos pela situação problema deste trabalho, que teve como elemento norteador o fato de que cada telejornal elabora suas matérias de acordo com o horário em que é exibido e o público que busca atingir. Assim sendo, segue abaixo a descrição de cada matéria, o padrão de edição que cada uma seguiu e o porquê deste procedimento.

a)

VT 1

1) Breve histórico: O primeiro programa foi elaborado com base nos padrões dos telejornais vespertinos, os quais consideramos ter matérias mais longas, explicativas e que exploram as imagens, uma vez que, acreditamos que o telespectador deste telejornal tem mais tempo para ver as notícias. Há ainda a premissa de que as matérias exibidas no período da tarde são mais leves e ilustrativas.

2) Tempo total: Este VT teve dois minutos e quarenta e cinco segundos de duração.

3) Estilo textual: Com relação à composição do texto, podemos destacar que este programa foi mais explicativo que os demais, pois houve uma introdução sobre o contexto da cidade, como localização geográfica, características econômicas, educacionais e, por fim, sociais. Ao tratar da desigualdade social, o texto trouxe diversos dados, como a posição do município no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Estadual, a renda per capita e a renda familiar. Para comprovar os dados, explicar melhor a situação de Bauru e ilustrar a matéria foi acrescentado a entrevista da Secretária do Bem Estar Social do Município, Darlene Tendolo.

Sobre as imagens, podemos destacar que as cenas iniciais mostram a cidade de Bauru de acordo com o que foi narrado. Por exemplo, ao falar do entroncamento rodoviário, foram exibidas imagens das rodovias que cortam a cidade. Ao apontar os dados da desigualdade social do município, o VT apresentou algumas *artes* que ilustram e explicam as informações que foram narradas, facilitando a compreensão sobre o assunto. Já no final da matéria, as imagens foram mais impactantes, como pessoas dormindo e comendo na rua.

Podemos destacar também os aspectos sonoros deste VT. No começo, ao contextualizar as informações gerais sobre Bauru, a música de fundo (BG) é mais



animada e alegre, combinando com as informações que foram passadas. Já no final da matéria, quando é abordada a desigualdade social e aparecem as imagens das pessoas que estão dormindo na rua, pegando lixo, etc., a música é lenta e sóbria, coincidindo com o que é exibido.

4) Características gerais da edição: Com relação ao enquadramento e angulação das imagens deste VT, podemos destacar que as iniciais são mais gerais e ilustram o que é narrado pelo texto de maneira adequada. Entretanto, quando a matéria mostra a entrevistada, as imagens ficam mais fechadas (Close), assim como quando são exibidas cenas sobre a desigualdade de Bauru. Com relação às transições feitas na edição, optamos por utilizar cortes secos durante a exibição das artes e no início da matéria. As fusões de imagens são utilizadas apenas no final deste VT para destacar a desigualdade social do município.

b) VT 2

1) Breve histórico: Para a elaboração do VT 2, adotamos a suposta condição de que os telejornais noturnos, exibidos no chamado “horário nobre” da TV, ou seja, entre as oito e dez horas da noite, tem suas notícias mais curtas e diretas; de maneira rápida e breve, de modo a não cansar o telespectador.

2) Tempo total: O tempo de duração desta matéria é de um minuto e quarenta e seis segundos – um minuto a menos que o VT 1.

3) Estilo textual: O texto não aborda características gerais da cidade. Logo no início deste VT o texto compara as características salariais do Brasil, ilustrando através de artes os números da renda per capita e também das pessoas que não tem renda. O texto completa as características do País ao mostrar sua posição no ranking mundial do Índice de Desenvolvimento Humano. Em seguida o VT traz as informações de Bauru, como a renda per capita e a posição do município no ranking do Índice de Desenvolvimento Humano Estadual. A introdução do VT 2 é mais direta e objetiva por ser composta, praticamente, apenas de dados e números comparativos. Assim como no VT anterior, o VT 2 também tem a entrevista da Secretária do Bem Estar de Bauru, Darlene Tendolo, que fala sobre a situação da vulnerabilidade social da cidade.

As informações e imagens finais do VT 2 apontam a desigualdade ao mostrar a diferença social de alguns pontos da cidade e também alguns moradores de rua. Entretanto, tais imagens não são tão impactantes quanto as do VT 1. Sobre a música de



fundo, neste VT ela aparece apenas no final, quando abordamos a desigualdade social de forma direta.

4) Características gerais da edição: O segundo VT tem imagem mais gerais, assim como os dados. O enquadramento mais fechado pode ser destacado apenas durante a entrevista com a Secretária do Bem Estar Social de Bauru (Close). Entretanto, a fusão de imagens deste VT é mais sutil, principalmente durante a exibição das artes. Como consequência destas características, este VT transmite a informação de maneira objetiva e direta, não deixando, com isso, de ser informativo.

c) VT 3

1) Breve histórico O último VT buscou mesclar características de edição e enquadramento dos dois anteriores.

2) Tempo total: O VT 3 tem um tempo total de um minuto e trinta e cinco segundos.

3) Estilo textual: Sobre o texto, a terceira matéria, assim como a primeira, foi iniciada abordando as características gerais de Bauru, seguido dos dados da desigualdade do Município, como a renda per capita e a renda familiar. Assim como nos dois programas, o terceiro também tem a entrevista da Secretária do Bem Estar de Bauru, Darlene Tendolo, que falou sobre a proporção da desigualdade na cidade, do mesmo modo que no VT 1, porém de maneira mais direta. As imagens são gerais no início, porém, ao encerrar, o enquadramento de câmera é mais fechado, enfatizando a desigualdade social. Também podemos destacar a trilha deste VT, que, no início da matéria, foi mais agitada, porém não tão alegre quanto à primeira. Ao finalizar o VT, a música é mais lenta, correspondendo com as imagens que são transmitidas: lugares e pessoas que representam as classes altas juntas com as menos favorecidas, representando o paradoxo que se estabeleceu em nossa sociedade.

4) Características gerais da edição: O enquadramento de imagens deste VT foi mais aberto no início, assim como nos demais, e mais fechado no encerramento, enfatizando a situação da cidade. Podemos destacar que a angulação de imagem foi decisiva ao começar as imagens fechadas e encerrar abertas, assim como também começar aberta e encerrar fechada, buscando sensibilizar o receptor. A transição de imagens foi feita com a técnica de fusão – de forma mais sutil – sem cortes secos, com o



objetivo causar estranheza ao receptor. Por fim, podemos destacar que tais características de edição buscaram mesclar pontos dos VTs 1 e 2.

Exibição

Após a produção dos VTs, foram elaborados dois questionários, um pré e um pós-exibição, para demonstrar a influência da edição e do enquadramento de cada material pelos telespectadores. O primeiro questionário foi aplicado antes da exibição para conhecermos os hábitos televisivos de cada entrevistado, enquanto que o questionário pós-exibição teve como objetivo verificar as preferências e as percepções dos entrevistados diante de cada material apresentado. A atividade foi realizada no dia 13 de novembro de 2010, às 10 horas da manhã no laboratório de vídeo E-21, na Universidade Sagrado Coração de Bauru, com um grupo de 42 pessoas que tinham entre 20 e 58 anos. Entre os participantes estavam alunos de graduação, alunos dos cursos de pós-graduação (*lato sensu*) e também funcionários da instituição. A maioria dos participantes estava na Universidade no dia da apresentação, porém alguns vieram apenas para colaborar com a atividade.

Apresentação dos dados: perfil dos entrevistados, pré-exibição e pós-exibição

a) Perfil dos entrevistados

Com relação ao sexo, das 42 pessoas que participaram, 71,4% delas eram mulheres, ou seja, 30 participantes e as outras 28,6% eram homens, ou seja, 12 participantes. Com relação ao nível de escolaridade, de todos os participantes, dois tinham Ensino Fundamental Completo, o que corresponde a 4,75% dos participantes. Vinte e seis pessoas tinham Ensino Superior Completo, o equivalente a 61,9% do total e quatorze participantes tinham Ensino Superior Incompleto, correspondendo a 33,35% do total.

b) Pré-exibição

Com relação aos hábitos televisivos, podemos verificar que 25 pessoas, ou seja, 59,5% dos participantes, assistem à TV todos os dias. Sete deles assistem até três vezes por semana, o que corresponde a 16,6% dos entrevistados. 7,3%, ou três participantes

afirmaram que assistem à TV apenas uma vez por semana, e sete responderam assistir raramente à televisão, o que equivale a 16,6% do total.

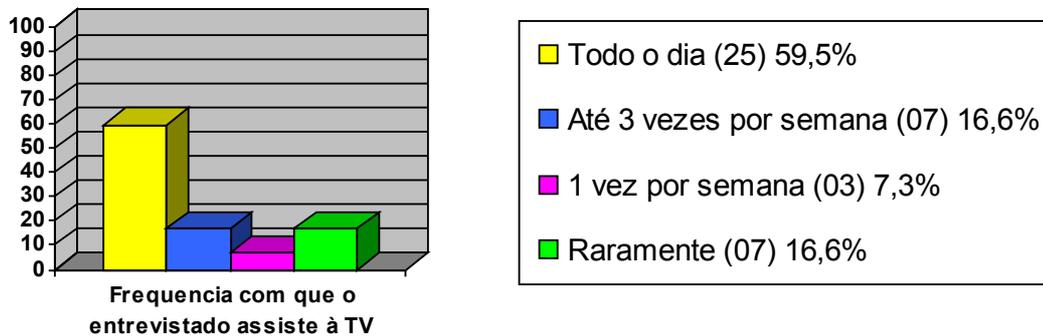


Gráfico 1 - Frequência com que o entrevistado assiste à TV

Como podemos verificar que 16 pessoas afirmaram assistir menos de uma hora por dia, do mesmo modo que 16 também afirmaram assistir entre uma e duas horas diárias de televisão, tais números correspondem a 38% dos participantes para cada categoria. Já as pessoas que afirma assistir entre duas e quatro horas equivalem a 21,45% do total, ou seja, 9 participantes. Apenas uma pessoa afirmou assistir mais de 4 horas diária de TV, o que corresponde a 2,55% do total.

O Gráfico 2 demonstra que 37 pessoas assistem à telejornais, ou seja, 88% dos participantes. Cinco não assistem, o que soma 12% do total.

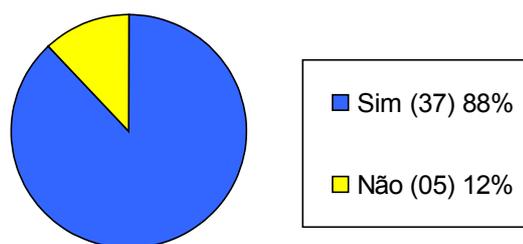


Gráfico 2 - Assiste à telejornais?

O Gráfico 3 mostra que 15 pessoas ou 35,7% dos entrevistados assistem à telejornais diariamente. Também podemos verificar que 14 pessoas afirmaram assistir aos noticiários televisivos até três vezes por semana, o que soma 33,3% do total. Cinco pessoas, ou 11,9% do total, afirmaram assistir à telejornais uma vez por semana. As

peças que assinalaram que assistem ao programa raramente contabilizam 14,3%, ou seja, seis pessoas. Apenas duas pessoas não responderam à pergunta, totalizando 4,8%.

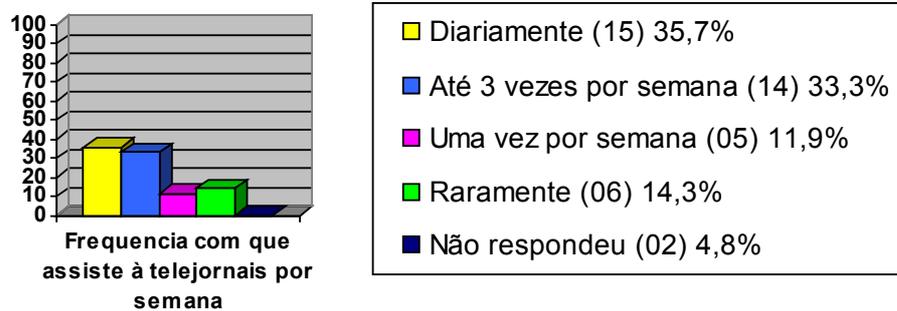


Gráfico 3 - Frequência com que assiste à telejornais por semana

c) Pós-exibição

A análise dos dados revelou que 41 pessoas, ou seja, 07,6% dos participantes gostaram do tema exibido na atividade e apenas uma pessoa não gostou, correspondendo a 2,4% do total.

O gráfico 4 mostra que 57,1% do total, ou seja, 24 participantes, apontaram a Opção 1 como mais completa. A Opção 2 foi escolhida por 6 pessoas (14,3%) e a Opção 3 por 11 pessoas, que correspondem a 26,2% do total. Apenas uma pessoa não respondeu, o que equivale a 2,4% do total de participantes.

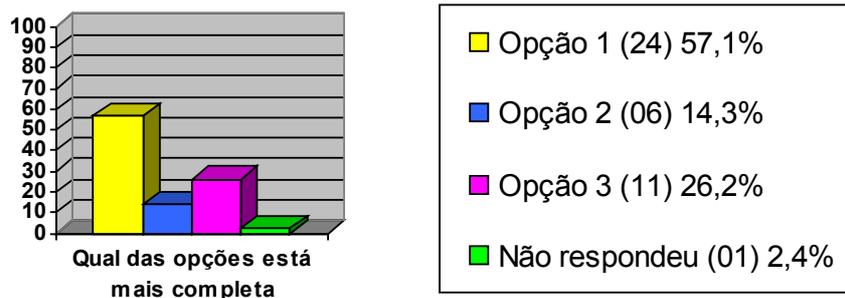


Gráfico 4 - Qual das opções está mais completa?

O gráfico 5 demonstra que 50% dos participantes, ou seja, 21 pessoas, apontam a Opção 1 como a que mais chamou a atenção. 16,6% ou sete participantes entenderam que a Opção 2 foi a que mais chamou a atenção. A Opção 3 foi escolhida por 13 participantes ou 31% do total. Apenas uma pessoa assinalou que todas as reportagens chamaram a atenção, o que corresponde a 2,4% do total.

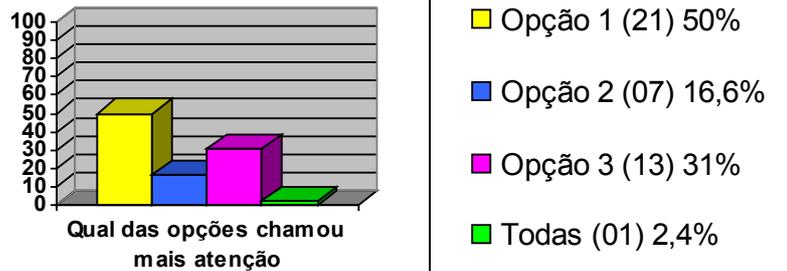


Gráfico 5 – Qual das opções chamou mais a atenção?

O gráfico 6 mostra as reportagens que os participantes não gostaram. Podemos notar que três deles assinalaram a Opção 1, o que corresponde a 7,15% do total. 14 pessoas não gostaram da Opção 2, ou seja, 33,3%. A Opção 3 foi apontada por 15 pessoas (35,7%). Duas pessoas não responderam a esta pergunta, o equivalente a 4,75% do total e, oito pessoas afirmaram ter gostado de todas, ou seja, 19,1% dos participantes.

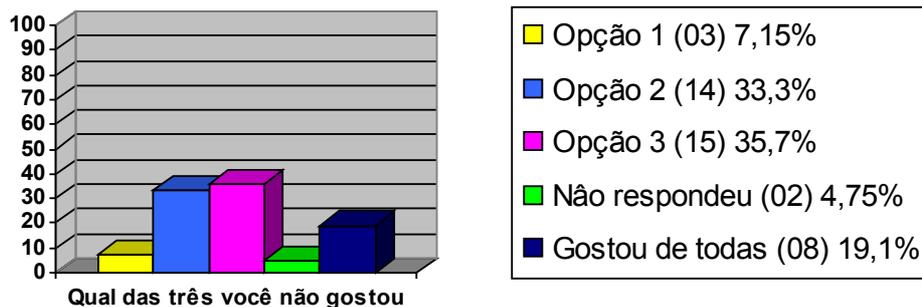


Gráfico 6 – Qual das três você não gostou?

O gráfico 7 mostra que 18 participantes ou 42,85% gostaria de assistir a Opção 1 em seu telejornal preferido. A Opção 2 foi selecionada por 5 participantes, o que corresponde a 11,9% do total. 42,85% assinalaram a Opção 3 como preferência para assistir em seu telejornal. Uma pessoa assinalou todas as Opções, o que equivale a 2,4%. Em contrapartida, uma pessoa (2,4%) afirmou não querer assistir nenhuma das Opções. Três pessoas não responderam a esta questão. Esta pergunta teve respostas mistas, como algumas anteriores.

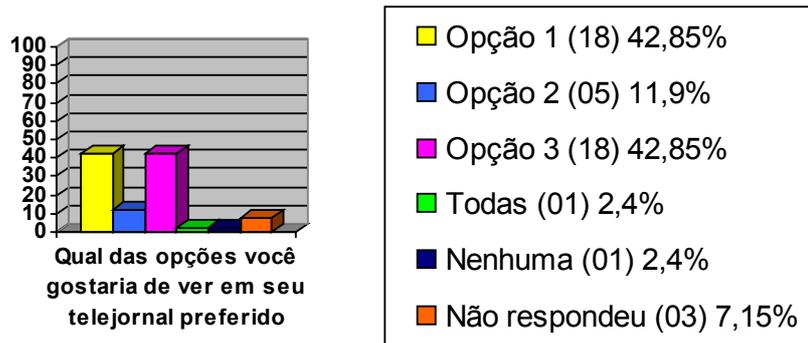


Gráfico 8 – Qual das opções você gostaria de ver em seu telejornal preferido?

Nove pessoas, ou 21,4% dos participantes, afirmaram não querer ver e Opção 1 no telejornal que assistem. 35,7%, ou seja, 15 pessoas, não gostariam de assistir a Opção 2. 19% não gostariam de ver a Opção 3, o que equivale a oito participantes. Três pessoas (7,1%) responderam não preferir nenhuma das opções. Quatro pessoas não responderam a pergunta, ou seja, 9,5% do total. 11,9% dos entrevistados afirmaram que as três opções se encaixam no telejornal que assistem, o que corresponde a cinco pessoas. Assim como a pergunta anterior, este gráfico tem respostas mistas.

O gráfico 9 mostra que sete pessoas preferem assistir as matérias no período da manhã, ou seja, 16,6% dos participantes. Oito pessoas, ou 19% do total, optaram por assistir ao tema no período da tarde. 73,8% ou 31 participantes preferem assistir a noite.

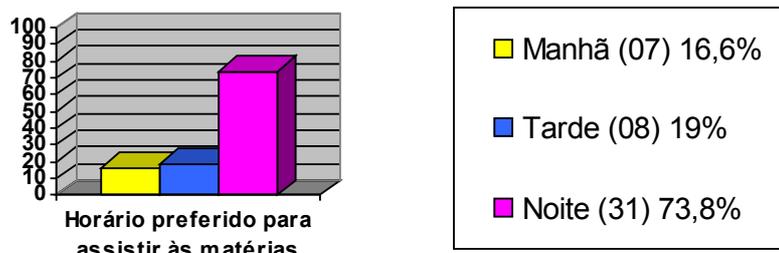


Gráfico 9 - Horário preferido para assistir às matérias.

Com estes resultados podemos destacar que grande parte dos participantes assiste aos telenoticiários. Apontados através da pergunta 10 do questionário pré-exibição, os telejornais mais assistidos são: Jornal Nacional (Rede Globo), Jornal da Record (Rede Record) e Jornal da Globo (Rede Globo). Ainda foram citados os jornais da Band, SBT e Hoje (Rede Globo). A justificativa mais assinalada pelas pessoas para assistir a estes jornais foi: o costume, a credibilidade do programa, a disponibilidade de



tempo e horários que o noticiário é transmitido, ou ainda para se manterem bem informados e atualizados.

Em seguida foi questionada qual das opções os participantes acharam mais completa. O resultado foi ilustrado pelo dado de que 57,1% gostou da Opção 1, 14,3% gostou da Opção 2 e 26,2% da Opção 3.

Pudemos verificar que as respostas à esta pergunta não se mantiveram iguais a mesma pergunta do questionário pós, que indagava sobre qual opção mais chamou a atenção dos participantes. Das 24 pessoas que escolheram a **Opção 1** na pergunta 4, apenas 20 mantiveram a resposta e assinalaram que esta opção também chamou mais a atenção. Os demais que escolheram a **Opção 1** na pergunta 4, se dividiram entre a **Opção 2** e **3** na pergunta 5. A mesma situação foi verificada para as demais opções. Os que assinalaram a **Opção 2** mantiveram sua opinião, sendo que apenas uma pessoa assinalou a **Opção 3** como a que mais chamou a atenção. Os que escolheram a **Opção 3** também mantiveram sua resposta, porém apenas uma pessoa afirmou que todas chamaram sua atenção.

Na pergunta posterior pudemos verificar algumas semelhanças entre a opinião dos entrevistados. Ao serem questionados sobre qual matéria eles não gostaram, a **Opção 3** foi a mais apontada (35,7%), seguida da **Opção 2** (33,3%). A **Opção 1** foi a menos assinalada, com 7,15% das respostas, como mostra o **Gráfico 15**. Entretanto, o que chama a atenção nesta resposta é que as pessoas que apontaram não gostar da **Opção 3** são, em sua maioria, as que responderam gostar da **Opção 1**, ou seja, nove participantes. Segundo os participantes, eles escolheram a **Opção 3** por acharem que ela está incompleta e curta, como vemos na resposta de um dos participantes: “Tive a impressão de que foi curta demais, deixando informações de fora”.

Ao analisarmos as respostas dos participantes que apontaram não gostar da **Opção 2**, pudemos verificar que são participantes mistos, ou seja, dos 14 que assinalaram não gostar desta opção, sete responderam gostar da **Opção 1** e seis da **Opção 3**. Entretanto, a justificativa mais utilizada para assinalar esta opção foi a superficialidade e a falta informação do VT. Sobre a **Opção 1**, podemos destacar que esta foi escolhida apenas por pessoas que afirmaram gostar da **Opção 3**, com a justificativa de que ela estaria mais completa e com poucos dados.

Os participantes que optaram pela **Opção 1**, justificaram que este VT estava mais completo e abrangente. Estes mesmos participantes escolheram, em grande parte, a **Opção 2** como a que não gostariam de assistir, pois acharam que ela está superficial,



curta e desorganizada. Podemos também averiguar que a maioria das pessoas que escolheu a **Opção 3** como a que prefere assistir, escolheu a **Opção 1** como a que não gostaria de assistir. A justificativa para estas escolhas está no fato de que a **Opção 3** estava mais completa e a **Opção 1** estava muito longa e completa. Neste caso, o problema não estava no conteúdo e sim no tempo. A **Opção 3** era completa, mas não se alongava tanto no tema como a **Opção 1**.

Os participantes que apontaram preferir assistir à **Opção 2** justificaram que esta foi a que eles entenderam melhor o conteúdo. Em contrapartida, em grande parte, os participantes assinalaram não quererem assistir à **Opção 1**, por ser longa e não ter prendido a atenção.

Por fim, destacamos que apesar de os participantes apontarem preferir assistir à telejornais noturnos, que tem matérias mais curtas e diretas, as pessoas preferiam assistir ao VT 1, que era mais longo e explicativo e seguia características dos telejornais vespertinos, ou o VT 3, que tem características mistas. A semelhança entre os dois VTs é que eles iniciam com introdução sobre o contexto geral da cidade, trilha no início e no final da matéria e imagens fechadas que enfatizam o tema abordado. A partir deste ponto, podemos destacar que os telespectadores gostam de uma história bem contada; a narrativa é de suma importância. As matérias precisam ser explicativas e ilustrarem com imagens e trilhas sonoras o assunto transmitido.

Acreditar que o telespectador prefere a superficialidade é, portanto, um preconceito. Assuntos densos (como a desigualdade social) podem e devem ser apresentados com novas formas de narrativas que priorizem a informação jornalística, mas que, ao mesmo tempo, proporcionem profundidade. Essa profundidade não deve ser confundida com algo enfadonho. A forma de conduzir a narrativa e apresentar os fatos é de suma importância. Isso significa que o modelo clássico da construção de notícias jornalísticas – OFF / Sonora/ Passagem – pode ser inovado em algumas situações. E, porque não, apresentar uma narrativa mais profunda e que envolva o telespectador.

Considerações finais

A transmissão das informações pela televisão ocorre, em grande parte, através dos telejornais, mais especificamente, por meio das notícias televisivas. Podemos destacar que a imagem exerce grande influência na compreensão e fascínio do



telespectador, que assimila o que está sendo transmitido e compara com a realidade. Por isso, o presente trabalho se propôs a demonstrar que a edição e a angulação das imagens afetam a compreensão dos assuntos pelo telespectador.

Conhecer o perfil dos telespectadores, assim como o que e como eles gostam de assistir à TV, bem como as notícias, serve para que as emissoras e programas jornalísticos sejam repensados por seus produtores e editores, de modo que continuem a cativar seus telespectadores.

Porém, vale ressaltar a presente pesquisa foi realizada em uma cidade do interior paulista, Bauru, e que os resultados e perfis dos telespectadores podem ser diferentes caso o mesmo estudo seja realizado em uma metrópole, como por exemplo, São Paulo. Também destacamos que este projeto teve como base a TV analógica, porém a discussão imagem/texto sempre ocorrerá, independente das evoluções tecnológicas da TV.

Referências

COUTINHO, I. Telejornalismo no Brasil: um olhar sobre os reflexos do padrão americano. In: Intercom - Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro. **Resumos...** Rio de Janeiro: Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2005. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0647-2.pdf>>. Acesso em: 08 out. 2010.

CURADO, O. **A Notícia na TV: o dia a dia de quem faz telejornalismo**. São Paulo: Alegro, 2002.

LEAL, P. M. V. Análise de Enquadramento Noticioso no Telejornalismo Brasileiro: divulgação jornalística dos dados da PNAD 2006. **Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-Americana de Comunicação**, 2008. Disponível em: http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/An%C3%A1lise_de_Enquadramento_Noticioso_no_Telejornalismo_Brasileiro:_divulga%C3%A7%C3%A3o_jornal%C3%ADstica_dos_dados_da_PNAD_2006

LEAL, P. M. V. Jornalismo Político Brasileiro e a Análise do Enquadramento Noticioso. **II Compolítica: Associação de Pesquisadores em Comunicação e Política**, Belo Horizonte, 5 a 7 de dezembro de 2007. Disponível em: http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/anais2007/sc_jp-plinio.pdf. Acesso em: 30 set. 2010.

PICCININ, F. Edição na TV: olhares híbridos no tratamento da notícia. In: FILIPPI, A.; SOSTER, D. A. e PICCININ, F. (Org.). **Edição de imagens em jornalismo**. Santa Catarina: EDUNISC, 2008. p.14-39.



PICCININ, F. O processo editorial na TV: as notícias que os telejornais contam. In: FILIPPI, A.; SOSTER, D. A. e PICCININ, F. (Org.). **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006. p. 139-156.

PORCELLO, F. Edição em TV: como contar bem uma história. In: FILIPPI, A.; SOSTER, D. A. e PICCININ, F. **Edição em jornalismo: ensino, teoria e prática**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2006. p. 155-168.

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil: um perfil editorial**. São Paulo: Ed. Summus, 2000.

SOUZA LEAL, B. Reflexões sobre a imagem: um estudo de caso. **E-compós: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Abril de 2006. Disponível em:
<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/61/61>. Acesso em: 08 out. 2010.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. In: VIZEU, A. (Org.). **A sociedade do telejornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 11-28.