

O Nordeste no Jornal Nacional: enquadramentos e organização do conteúdo noticioso¹

Renata ECHEVERRIA²
Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

A ideia deste artigo partiu das análises da pesquisa de doutorado em andamento, sobre as Representações Sociais do Nordeste no Jornal Nacional. Partimos do conceito de enquadramento ou *framing*, na tentativa de entender como é construída a imagem da Região Nordeste no telejornal de maior audiência do país. Defendemos que a Teoria do Enquadramento passa pela ideia central da organização do conteúdo noticioso, fornecendo um contexto e sugerindo sobre o assunto um tratamento através do uso de seleção, ênfase, exclusão e elaboração dos fatos. Apostamos que ao enquadrar um assunto, o jornalista tenta organizar a “realidade” mostrada.

Palavras-chave: telejornalismo; Jornal Nacional; enquadramento; *framing*.

Na busca de entender como são construídas as representações sociais da Região Nordeste do Brasil, no telejornal de maior audiência do País, o Jornal Nacional da TV Globo, exibido de segunda a sábado, às 20h30min, com aproximadamente 40 minutos de duração, acionaremos um conceito chave contemporâneo que consideramos bastante relevante em nossa investigação, o de enquadramento ou *framing*.

Segundo Genro (1987), a grandeza e a força do jornalismo estão nas características, nos detalhes, nas singularidades do acontecimento, possibilitando se montar um quadro que tenha certa semelhança com a percepção mais imediata das coisas que vemos ao redor. É a possibilidade da representação diz Genro, quando defende que o jornalismo é uma forma de conhecimento que também está sujeito a certa inflexão ideológica, segundo a visão dos intermediários, dos veículos ou dos sujeitos que o produzem. Para o autor, o jornalismo trafica, ao reconstruir o mundo, uma concepção sobre ele.

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Curso de Pós-Graduação em Comunicação PPGCOM - UFPE-, email:renataecheverria@uol.com.br

Podemos afirmar que o “mundo” construído no Jornal Nacional, especificamente o que se refere às reportagens sobre o Nordeste, será um mundo diferente do que é construído em outros telejornais de outras emissoras, que seguem estratégias diferentes em relação às suas orientações editoriais. Não podemos ser ingênuos em achar que todas as emissoras de televisão trabalhariam com os mesmos enfoques e enquadramentos. Enquadramento, entendido aqui, como uma ideia central que organiza o conteúdo noticioso, que fornece um contexto e sugere sobre o assunto um tratamento através do uso de seleção, ênfase, exclusão e elaboração dos fatos.

Enquadrar é selecionar algum aspecto de uma realidade percebida e torná-la mais saliente num texto comunicativo, de tal forma a promover uma definição de um problema particular, interpretação causal, avaliação moral e/ou recomendação de tratamento para o item descrito (ENTMAN, 1993:52, tradução nossa).

Ao enquadrar os assuntos, o jornalista tenta organizar a realidade mostrada. Mostrar o mundo por certo ângulo ou enfoque particular e selecionar alguns aspectos do acontecimento em detrimento de outros. Faz parte da rotina profissional do jornalista, na construção dos fatos, se apoiar em fontes, meios técnicos e acesso aos acontecimentos cotidianos. Para dar conta da elaboração das mensagens informativas, os profissionais utilizam o que os pesquisadores chamam de *frames*, para facilitar a tarefa de enquadrar a complexidade do mundo. Mas o que são *frames*?

É importante destacar que a teoria do enquadramento ou *framing* não é exclusiva da comunicação de massas. O termo *frame* foi utilizado pelo sociólogo Erving Goffman, no livro “*Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*” (1974), quando o autor ao recuperar o termo da psicologia, o transfere para a sociologia para explicar como se organizam os acontecimentos, não só na nossa mente como no conjunto da sociedade, indicando que as definições de uma situação se constroem de acordo com princípios organizativos que governam os acontecimentos, pelo menos os sociais, e nossa implicação com eles. “*Frame* é a palavra que uso para me referir a esses elementos” (Goffman, 1974:10, Tradução nossa).

Fazendo uma alusão ao cinema, Goffman introduz o conceito de *frame*, traduzido por quadro ou esquema, como uma forma de dar conta da relação entre a organização social e a experiência individual. Para ele, o termo *frame* é uma representação mental ou simbólica de uma coisa material ou imaterial ou de um processo em que aparecem relacionadas de forma lógica suas linhas ou características essenciais. Para o autor, uma

mesma realidade adquire significados particulares para quem observa, mas ao mesmo tempo também existe um significado comum sobre essa realidade. Apesar de reconhecer que as situações são vividas através de pontos de vista distintos, Goffman se propõe em sua teoria a identificar os quadros fundamentais que, em nossa sociedade, permitem compreender os acontecimentos.

No livro “*Framing: el encuadre de las noticias*” (2007), Sádaba afirma que para Goffman *frames*, marcos ou enquadramentos constituem os modos através dos quais se cataloga e se vive a experiência da realidade, pois sempre que um indivíduo “enquadra” uma situação, o faz utilizando um esquema: “A organização da experiência passa por enquadramentos sociais e esquemas mentais, que são os *frames*” (Sádaba, 2007: 33, tradução nossa).

Ao introduzir os processos sociais na compreensão dos *frames*, Goffman (1974) os define como um produto de interação, por tanto de caráter dinâmico, por considerar que eles são formas transmitidas e compartilhadas pela sociedade, através dos quais se percebe a realidade. A partir da pesquisa dos movimentos sociais, se ofereceu uma explicação sobre a construção social baseada em enquadramentos, que logo teve o apoio de muitos estudiosos da teoria do *framing* na comunicação (Sádaba, 2007: 36, tradução nossa).

A teoria do enquadramento ou *framing* tem ocupado um lugar de destaque nos estúdios dos meios de comunicação, pois tem sido muito utilizada para analisar o comportamento da imprensa, principalmente nos tempos atuais. Os seus postulados estão sendo utilizados para abordar os mais variados temas como, corrupção política, imagem da mulher nos meios de comunicação, discursos políticos, conflitos sociais, eleições em todas as partes do mundo, etc.

A teoria busca dar resposta ao modo como os homens conhecem o seu entorno social e lhe outorgam um significado. Uma resposta que, atualmente, passa obrigatoriamente por uma leitura do que acontece no mundo a partir dos meios de comunicação.

A capacidade dos meios de comunicação de chegar ao público de massa é tão grande que se deve considerar prioritário o aprofundamento dos enquadramentos pelos quais é submetida a audiência. Os enquadramentos da mídia, argumenta-se, geram significados com os quais os homens tratam e manipulam o mundo (SÁDABA, 2017: 55-56, tradução nossa).

Quando os meios de comunicação começam a difundir um tema e denominá-lo, por exemplo, o tema do aborto como “interrupção voluntária da gravidez”, a mesma realidade se define de outro modo e se converte em um fenômeno diferente para o público. Por tanto, os significados da realidade difundidos a partir dos meios de comunicação e sua repercussão nos significados dessa mesma realidade para as audiências, se configuram como o principal objeto desse estudo. São os efeitos da mídia na opinião pública, tema bastante relevante aos estudos da comunicação, mas que não aprofundaremos neste artigo.

A teoria do enquadramento começa a servir para responder, em certo sentido, a necessidade de se oferecer uma solução as práticas profissionais e as teorias do objetivismo informativo, que se demonstravam impraticáveis. A teoria do enquadramento começa a se desenvolver nos meios de comunicação quando Gaye Tuchman (1993) entra nas empresas de comunicação para descobrir como os profissionais envolvidos nas redações trabalham.

O desenvolvimento do *framing* nos estudos da comunicação é bastante significativo porque vai de encontro ao debate sobre a possibilidade do jornalista de transmitir a realidade tal como ela é, ou seja, o grande impasse sobre a questão da objetividade. Considerada como prática jornalística, atitude informativa ou referente ético, a objetividade responde a algumas premissas aceitas para e pelos jornalistas, defendidas até hoje por algumas correntes acadêmicas. A ideia de *frame* se apresenta como contraponto ao objetivismo, por isso, a sua grande receptividade entre os estudiosos da comunicação.

Para Sádaba (2007), a teoria do *framing*, mesmo ligada a outros interesses, surge como resposta direta ao objetivismo. Em grande parte, a sua aceitação pelos pesquisadores ligados à área da comunicação, se dá pelo motivo que esta teoria está vinculada a respostas as questões da objetividade informativa. Ao mesmo tempo, sua formulação se encaixa adequadamente com as teorias subjetivistas do construtivismo, oferecendo uma contestação a objetividade jornalística. Em defesa de um pluralismo informativo, já que um acontecimento pode ser compreendido com base numa maior diversidade de visões, a teoria do enquadramento dá suporte a ideia defendida por Goffman (1974) e Sádaba (2007), das distintas significações e perspectivas que adquirem os fatos nos meios de comunicação.

Deste modo, a resposta que a teoria do *Framing* oferece ao objetivismo é negar seus postulados, já que argumenta que, quando se conta o que acontece, o jornalista enquadra a realidade e fornece o seu ponto de vista (SÁDABA, 2007: 68, tradução nossa).

A teoria do enquadramento se fundamenta na tradição que atribui aos meios de comunicação um papel de mediador entre o homem e a sociedade, através do qual os fatos

são noticiados. Os meios de comunicação se situam como intermediários entre o mundo exterior e as audiências, pois muitas vezes são o único modo de acesso ao que acontece no mundo. Mas, como sabemos, o produto informativo que é a notícia passa por uma série de filtros, sendo o jornalista um intérprete e o jornalismo um método de interpretação da realidade.

Os meios de comunicação são considerados administradores de mediação que, tornando públicos alguns eventos, propõem certas estruturas para a interpretação destes, modulando e estruturando a nossa consciência política e socialmente (SÁDABA, 2007:70, tradução nossa).

Ou seja, em seu papel de mediador, os jornalistas dão as notícias um enfoque ou enquadramento determinado (*frame*), entendendo por enquadramento uma ideia central que organiza o conteúdo das notícias, fornecendo um contexto mediante processo de seleção, ênfase, exclusão e elaboração, uma ideia central que dá sentido ao acontecimento e sugere qual a questão tratada. O *framing* seria, portanto, o processo pelo qual uma empresa de comunicação define e constrói um assunto político ou um acontecimento público. A definição desses fatos se articula num processo de construção da Teoria da Agenda ou *Agenda Setting*, que vai decidir que assuntos serão publicados e de que modo o fazer.

Teoria da Agenda

A Teoria da Agenda surgiu como resposta a posturas que imperavam nos anos de 1950 e 1960 que caracterizavam como limitados os efeitos que os meios de comunicação causam nas audiências. A teoria parte da observação da influência que a comunicação de massa exerce na opinião pública sobre os temas selecionados diariamente pela mídia, investigando a contribuição que a mídia dá na criação da imagem de pessoas e temas públicos. Assim, ela quer saber como a mídia e o público percebem e entendem os assuntos abordados. Sendo, portanto, um primeiro passo para mapear as consequências do papel desempenhado pela mídia na definição das atitudes, opiniões e comportamentos.

[...] a Teoria da Agenda atribui um papel central aos veículos noticiosos por serem capazes de definir itens para agenda pública. Ou, parafraseando Lippmann, a informação fornecida pelos veículos noticiosos joga um papel central na constituição de nossas imagens da realidade. E, além disso, é o conjunto total da informação fornecida pelos veículos noticiosos que influencia estas imagens (McCombs, 2009: 24).

A primeira investigação sobre a Teoria da Agenda foi realizada por McCombs e Shaw, em 1972, quando se analisou a cobertura das eleições de 1968 na Carolina do Norte, nos Estados Unidos, em nove meios de comunicação. O estudo demonstrou a existência de uma importante correlação entre a relevância que os meios de comunicação davam a determinadas questões e o que a maioria da sociedade considerava como problemas mais importantes do país. Chegou-se à conclusão de que os meios de comunicação estabelecem a agenda pública, ou seja, influenciam nas opiniões da sociedade mais do que as opiniões de um grupo interferem no conteúdo da mídia.

A partir de várias investigações chegou-se a um segundo nível da Teoria da Agenda, indo mais além das meras definições temáticas, explorando juízos de valor e atributos específicos de um determinado tema. Para Sádaba (2007: 78), os meios de comunicação ressaltam ou escondem aspectos e elementos particulares das questões levantadas, com o subsequente impacto na agenda pública. Por isso, alguns pesquisadores defendem que os meios de comunicação são campo fértil em nos dizer não só o que pensar mais como pensar sobre determinadas coisas, traçando assim, uma relação entre a Teoria da Agenda e os estudos sobre o enquadramento.

Ao afirmar que as duas teorias compartilham um mesmo campo, os pesquisadores defendem que tanto o *framing* como a *agenda-setting* têm a função de analisar como os meios de comunicação definem a realidade. “A *agenda-setting* está relacionada com a transferência e a acessibilidade; o *framing* com a interpretação do mundo” (Sádaba, 2007: 79, tradução nossa).

Ao defendermos que o trabalho do jornalista é, de certa forma, “interpretar” a realidade, consideramos de extrema importância o estudo da teoria do enquadramento por acreditarmos na possibilidade dos diferentes enfoques que a informação pode ter. Ao analisamos as representações sociais do Nordeste construídas no Jornal Nacional partimos do princípio de que o trabalho dos jornalistas resulta de um valor político, social e cultural, pois são componentes imprescindíveis a profissão. Para Sádaba (2007:85), a profissão de jornalista se explica em contextos de pluralismo, onde os diferentes enfoques da realidade geram uma riqueza cultural para sociedade.

Ao nos apoiarmos na tese de diversos pesquisadores de que o homem constrói e constitui os fenômenos sociais, ideia central da corrente construtivista, destacamos a contribuição de Gay Tuchman (1983) aos estudos do *framing*, no processo de elaboração da

notícia. Tuchman entra nas redações para investigar como agem os jornalistas, para saber qual a dinâmica de trabalho, como conversam e negociam com as suas fontes, como dialogam entre eles. Muito antes que os autores da ação coletiva investigassem os enquadramentos, Tuchman já introduzia a sua clássica metáfora da notícia como uma janela do mundo, onde se veem os acontecimentos.

A visão através de uma janela depende se a janela é grande ou pequena, se têm muitos ou poucos vidros, se o vidro é opaco ou transparente, se a janela dá para a rua ou para um pátio. A cena que se descortina depende também de onde se está, longe ou perto, espichando o pescoço ou olhando reto para frente, com os olhos paralelos a parede, na qual se encontra a janela (TUCHMAN, 1983: 13, tradução nossa).

Metáfora que recebeu críticas pelo fato de que enquanto a realidade vista pela janela é independente do observador, os meios de comunicação selecionam intencionalmente essa realidade; ou seja, a paisagem vista através da janela, passa por filtros, por processos de exclusão e inclusão. Do mesmo modo que na metáfora da janela, a realidade depende do tamanho, da sua colocação ou sua forma, o *frame* ou enquadre da notícia produz e limita o significado das coisas. Segundo Sádaba (2007: 87, tradução nossa), o enquadramento ou o *frame* gera formas diferentes de ver a realidade, assim como de constitui-la, se situando a margem dos postulados objetivistas afirmando a pluralidade de pontos de vista e a criação da realidade que gera a informação.

Para Tuchman (1983) os elementos que determinam os *frames* dos meios de comunicação são as empresas comunicativas e as atitudes profissionais dos jornalistas onde trabalham. Ou melhor, os *frames* seriam as normas transmitidas e compartilhadas pelos membros de uma redação, através do qual se olha a realidade sobre o que se informa. “Ao buscar difundir a informação que querem as pessoas, que as pessoas necessitam e que elas deveriam conhecer, as empresas de comunicação fazem circular, e ao mesmo tempo, dão forma ao conhecimento” (Tuchman, 1983: 14, tradução nossa).

Sendo o processo informativo um método de recolher, selecionar e difundir a informação vinculada à organização em que se trabalha, a notícia legitima o *status quo* das instituições sociais, deixando claro que são as empresas comunicativas e as rotinas aceitas pelos profissionais, que se convertem nos elementos que vão determinar os enfoques das notícias, que levam a selecionar determinados assuntos e silenciar outros.

Ao aplicarmos o que defende Tuchman (1983), as nossas análises sobre as representações sociais do Nordeste no Jornal Nacional, identificamos que as pressões exercidas pela emissora Globo vão influenciar e até determinar o enfoque das notícias.

Desde o lugar onde se cobre o fato, passando pela editoria que determina o assunto, pelo repórter que irá a campo, até por quem decide o que se cobre, ou não, o Jornal Nacional enquadra os assuntos, principalmente os políticos e econômicos, obedecendo à orientação dos superiores, dos cargos de comando e chefias.

Durante visita desta pesquisadora à redação da TV Globo Nordeste, em 18 de julho de 2011, ficou claro o que defende Tuchman (1983), quando o editor do Jornal Nacional, no Rio de Janeiro, pediu imagens das últimas enchentes no Recife e em Goiana, cidade do interior do Estado. A redação no Recife estava fechando um VT sobre as últimas chuvas que caíram em Pernambuco e deixaram muitos municípios alagados, mas na última hora, o editor do Jornal Nacional mandou um e-mail, dizendo: *“infelizmente, bateram o martelo aqui e vamos fechar o VT pela Paraíba, OK? Vocês podem mandar imagens para que eu possa cobrir aqui a parte de Pernambuco? Se der, inclua uma sonorinha de alguém no abrigo, que tenha cara de encerramento de VT”* (EDITOR, 2011, informação verbal). De acordo com o editor a reportagem foi feita pelo repórter da Paraíba, pois lá tinha mais municípios atingidos pelas enchentes (26) e uma morte no dia que seria exibida a reportagem: *“[...] Eles tinham um morto no dia da exibição do VT no Jornal Nacional, uma segunda-feira, e os “nossos mortos” foram no final de semana. Fecharam com o VT que tinha mais atualidade e factualidade”*, confessou o editor (EDITOR, 2011, informação verbal).

Retomando Sádaba (2007), poderíamos afirmar que os meios de comunicação são vistos como uma organização em que está estabelecida uma séria de modos de se trabalhar, que influenciam diretamente o seu produto: a notícia. “A notícia é, inevitavelmente, um produto dos informadores que atuam dentro de processos institucionais e em conformidade com as práticas institucionais” (Tuchman, 2007, p. 16, tradução nossa). Tuchman destaca também que a narração das notícias são relatos que serão julgados, comentados e lembrados como recursos públicos, estando disponíveis para todos, sendo parte integrante de nossa bagagem cultural. Segundo a autora, a significação de um fato, quem outorga, é o próprio jornalista; pois o fato em si não tem significado. O fato precisa estar correlacionado adequadamente em uma cadeia de causas e efeitos que lhe confere sentido:

[...] para dar substância a qualquer fato alegado, a pessoa acumula uma quantidade de fatos que, quando tomados em conjunto, se apresentam válidos tanto individual como coletivamente. Juntos, constituem uma trama de facticidade, ao estabelecer uns e outros como referentes mútuos [...] (TUCHMAN, 1983: 99, tradução nossa).

A transformação dos fatos em acontecimentos informativos passa por processos ou filtros que estão relacionados também aos recursos sociais e culturais, limitando muitas vezes o seu significado. Por esse motivo, Tuchman (1983) aponta que a notícia não só redefine, constitui e reconstituiu significados sociais, como também define, redefine, constitui e reconstitui maneiras de fazer as coisas.

Para Sádaba (2007), a proposta de Tuchman é contemplar os enquadramentos dentro de um complexo institucional que dá forma aos acontecimentos, diz ela:

É a primeira vez que um teórico do *framing* observa os meios de comunicação não como agentes sociais todo poderoso, mas em seu funcionamento interno, em uma tentativa de compreender o trabalho da informação (SÁDABA, 2007: 91, tradução nossa).

Ao visitarmos, em junho de 2016, a redação da TV Verdes Mares, emissora afiliada da Rede Globo no Ceará, com sede em Fortaleza, confirmamos a hipótese levantada acima: as reportagens sobre o Estado estão intimamente ligadas a estrutura, a capacidade, ao número de profissionais e aos recursos destinados à sua produção. Apenas duas equipes cobrem todos os telejornais de rede, e apenas um repórter entra oficialmente no Jornal Nacional. Uma outra repórter está disponível, caso o repórter oficial do Jornal Nacional não possa cobrir o fato. A equipe do Núcleo de Rede, responsável pela edição e produção dos telejornais da emissora veiculados nacionalmente: Bom Dia Brasil, Jornal Hoje e Jornal Nacional, e ainda outros programas de entretenimento, é formada por duas editoras de texto, uma que cobre o horário da manhã e outra à tarde; uma produtora e um estagiário de produção. De acordo com a Editora Chefe do Núcleo de Rede, que optamos por identificá-la como Editora 2, a equipe é bastante enxuta: “Aqui a gente se divide por turnos. Diferente de outras praças que tem uma pessoa específica para o Bom Dia, outra para o Jornal Hoje, outra para o Jornal Nacional” (EDITORA 2, 2016, informação verbal).

Para o Editor-Executivo do Jornal Nacional, o jornalista Willian Bonner (2009), a rotina de trabalho dos profissionais responsáveis pelo Jornal Nacional na sede da emissora no Rio de Janeiro começa logo no início da manhã com a primeira reunião de pauta, chamada Mesa Rede. Participam, via videoconferência, os editores das praças Globo, localizadas no Rio de Janeiro, Brasília, Minas, Pernambuco e São Paulo e ainda as redações de Nova Iorque e Londres. As afiliadas ficam de fora, o que, segundo a Editora 2, prejudica um pouco o trabalho:

O que eu acho ruim nessa metodologia deles é que eles fazem a reunião lá só com algumas praças, e a gente, as afiliadas, é via e-mail. Então a gente tem que seduzir o produtor, vê se está um bom dia para

vender a pauta, aí cobro deles, e se já teve um retorno. Acho muito importante a gente conhecer quem está na outra ponta (EDITORA 2, 2016, informação verbal).

Quanto aos temas abordados sobre o estado do Ceará no Jornal Nacional, os profissionais da TV Verdes Mares dizem ser difícil fugir do factual:

O mais importante é o factual e a gente tentar vender, mas é muito difícil um factual aqui. A gente oferece muita matéria de seca. Por mais que eles falem: o que tem de novo? Muita gente acha que o Nordeste é uma coisa só, e não é. Eles exigem um olhar diferente de um mesmo fato e a gente tenta pegar um olhar diferente daquela mesma coisa, uma pegada diferente. É isso que a gente tenta exercitar (EDITORA 2, 2016, informação verbal).

A medida que a audiência vai diminuindo, a concorrência vai aumentando, eles vão ficando mais restritos, por exemplo em relação as matérias de comportamento, ficando basicamente o factual. Hoje o cenário político não permite, o Jornal Nacional está quase todo ocupado pelo assunto político. Em 2015 teve uma semana que eu cheguei a emplacar três matérias consecutivas com o problema da saúde nos hospitais do Estado, o que é raro (REPÓRTER DE REDE, 2016, informação verbal).

Compreendendo o mundo

Enquadrar seria, em grande medida, selecionar informação. Outros estudos podem utilizar diferentes análises para se entender o *framing*, mas no processo de elaboração da notícia, diz Sádaba (2007:94), existem muitas outras questões que não se expressam diretamente no conteúdo noticioso, que não ficam explícitos na mensagem manifesta, sendo assim difícil se captar as tensões entre os elementos apresentados e seus significados, entre o que se diz e o que se deixa de dizer, entre o que se redige de uma determinada forma e não de outra, na relação do jornalista com suas fontes e com seus superiores. Na verdade, os *frames* não se reduzem aos textos nem aos elementos visuais, apesar que determinadas palavras, conotações e formas poderiam ser indicadores fidedignos do *frame*.

Segundo Sádaba (2007:95), existe um conteúdo latente na notícia que para descobri-lo precisamos ir além da análise de conteúdo dos textos informativos, manchetes, *leads* ou outro mecanismo, sendo necessária uma leitura das notícias que remeta a contexto mais amplos. Autores como Graber, Cohen, Wolfsfeld e Entman concordam que os *frames* não aparecem somente nos textos, mas também se encontram no emissor, no receptor e na cultura onde surge a mensagem. Nesse sentido, as mensagens estabelecem significados que

as audiências compreendem quando pertencem a um mesmo contexto cultural, pois na comunicação o intercâmbio de conteúdos seria impossível, sem esses significados compartilhados.

É o que afirma Alsina (2009) quando faz referência aos chamados mundos do jornalismo: “o real”, o de referência e o possível. O mundo real seria o mundo dos fatos e acontecimentos. O Jornalismo interpreta a realidade social para que as pessoas possam entendê-la, adaptar-se a ela e modificá-la. O jornalista adota um modelo de interpretação, tomando como base um mundo de referência. É através das fontes ou de nosso próprio testemunho que ficamos sabendo dos acontecimentos. Então é esse mundo de referência que vai nos permitir construir um mundo possível que será a sua versão da realidade: “Os jornalistas, para conferir sentido aos fatos, aos acontecimentos, realizam uma inferência lógica que é conhecida como abdução” (Alsina, 2009: 304). Alguns autores chamam essa inferência lógica de “hipótese”, “presunção” ou até de “indução abdutiva”.

Quando ocorre um acontecimento, o jornalista coloca como hipótese, uma proposta de interpretação dos fatos e, a seguir, procurará por novos dados que verifique essa proposta de interpretação. Essa proposta de interpretação é o que eu chamo de: o mundo de referência (ALSINA, 2009:305).

E o mundo possível seria aquele que o jornalista construirá levando em conta o mundo “real” e o mundo de referência escolhido:

[...] o jornalista não pode estabelecer qualquer mundo possível, mas precisa levar em conta os fatos que ele conhece sobre o assunto que pretende relatar e as características do mundo de referência a que os fatos o remetem. Esse mundo possível construído dessa forma terá as marcas pertinentes do mundo de referência (ALSINA, 2009: 308).

O intercâmbio de conteúdo, ou a própria comunicação seria impossível se não existissem mundos ou significados culturais compartilhados. Assim, os produtores de notícia, que precisam transmitir rapidamente as informações a uma audiência heterogênea usam vocabulário audiovisual compartilhado, assim como descrições e analogias familiares ao espectador. “Os significados são apreendidos pela audiência de um modo natural, uma vez que os *frames* implícitos têm um sentido para eles” (Sádaba, 2007: 95, tradução nossa).

Usando o exemplo da Guerra Fria, Entman (1993), sugere que os frames estão localizados em pelo menos quatro lugares no processo de comunicação: no emissor, no texto, na audiência e na cultura. Para ele, os jornalistas fazem conscientes ou inconscientemente enquadramentos, decidindo o que será comunicado de acordo com a sua própria bagagem de conhecimento.

Os textos contêm *frames* que se manifestam na presença ou ausência de determinadas palavras-chaves, fontes de informações ou imagens estereotipadas ou sentenças que fornecem temáticas reforçadas ou juízos de valor. Os receptores também têm seus próprios esquemas de conhecimento, que podem ou não refletir com os dos jornalistas e com seus textos. A cultura é um armazém de *frames* comumente invocada; na verdade, a cultura pode ser definida como um conjunto empiricamente demonstrável de *frames* expostos no discurso e no pensamento na maioria das pessoas de um grupo social. O enquadramento ou *framing*, nestes quatro locais possui funções similares: seleção e destaque, e uso de elementos de destaque para construir argumentos sobre problemas e suas causas, avaliação e/ou solução. (ENTMAN, 1993: 52, tradução nossa).

Metodologia e análises

Podemos dizer que, essencialmente, enquadrar é selecionar alguns aspectos percebidos da realidade e torná-lo mais saliente no texto comunicativo, de maneira que promova definições particulares dos problemas, interpretações, valores morais e/ou recomendações para o tratamento de determinado assunto descrito. Na tentativa de analisar o enquadramento das reportagens sobre o Nordeste no Jornal Nacional, propõem-se a análise de todas as matérias exibidas no ano de 2015. De acordo com nosso levantamento, no mês de janeiro foram veiculadas 23 reportagens sobre o Nordeste; em fevereiro, 27; março, 17; abril, 24; maio, 25; junho, 19; julho, 16; agosto, 16; setembro, 15; outubro, 19; novembro, 9 e dezembro, 29, num total de 239 reportagens.

Considerando que são exibidas, em média, 22 reportagens em cada edição do Jornal Nacional, em um ano, recorte desta pesquisa, contabilizamos um universo de 6.600 matérias, dessas sendo 239 produzidas nos estados do Nordeste, totalizando um percentual de apenas 3,62%, número considerado baixo se levarmos em conta que a Região Nordeste é a segunda mais populosa do Brasil, com um pouco mais de 53 milhões de habitantes, segundo Censo de 2010 realizado pelo IBGE, só perdendo para o Sudeste, com cerca de 80 milhões de habitantes.

Para trabalharmos o corpus foi adotada a metodologia da Análise de Conteúdo (Casetti e Di Chio, 1999; Bardin, 2009), onde sugerimos uma categorização dos temas abordados: Factual, Manifestações Culturais, Serviço Público, Celebidades, Nordeste como modelo de excelência, Calamidade Pública e Dessastres. Ao analisarmos as 239 reportagens exibidas sobre o Nordeste, partiremos para a pesquisa dos enquadramentos propostos em cada uma das sete categorias sugeridas. A ideia é traçar um perfil de como as reportagens exibidas no Jornal Nacional enquadram a Região Nordeste, apoiados nos

conceitos levantados neste artigo de que ao enquadrar o jornalista seleciona apenas alguns aspectos da realidade mostrada.

Nos meses de janeiro a março, das 74 reportagens exibidas, 15 foram da categoria Manifestações Culturais, totalizando 20% sobre a temática que incluiu o Carnaval e outras festas populares da região, confirmando forte tendência de interesse sobre o assunto.

Ao final da pesquisa, um dos nossos desafios é compreender as construções narrativas da “realidade”, como denominamos os programas telejornalísticos brasileiros, que em nossa opinião são ainda pouco estudados. Entendemos que é preciso investigar mais a fundo a influência da televisão e, mais especificamente, do telejornalismo, na sociedade. A nossa intenção, ao final da pesquisa, é mapear os enquadramentos propostos sobre o Nordeste no Jornal Nacional, identificando as posturas adotadas pelos profissionais que estão envolvidos diretamente com a produção do telejornal de maior audiência do país.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Geográfica Editora, 2009.

CASSETTI, F. ; Di Chio, F. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma Teoria Marxista do Jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

ENTMAN, Robert M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 51-58.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience**. Harper & Row, New York, 1974.

IBGE – Censo 2010. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/000000237.pdf>>. Acesso em julho de 2016.

MCCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SÁDABA, Teresa. **Framing: el encuadre de las noticia** – el binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía, 2007.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia**: estudio sobre la construcción de la realidad. Barcelona: Gili, 1983.