

A construção noticiosa do Jornal Nacional da Rede Globo: uma análise de agendamento temático e valores-notícia¹

Bárbara BORN²

Maria Joana Chiodelli CHAISE³

Sonia Regina Schena BERTOL⁴

Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, RS

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo identificar o agendamento de notícias no Jornal Nacional da Rede Globo e seus valores-notícia. Desta forma, a pesquisa introduz a hipótese do agendamento ou *agenda-setting*. Ainda, apresenta e discute os conceitos de *newsmaking* valores-notícia. Realiza uma análise de conteúdo de uma semana construída do Jornal Nacional, totalizando seis edições, entre os meses de abril e maio de 2015, sendo uma análise quantitativa de uma semana quanto ao agendamento temático de notícias e uma análise qualitativa de duas edições a respeito dos valores-notícia. Podemos afirmar que as editoriais mais agendadas foram Política, Internacional e Polícia, e foram encontrados, principalmente, os valores-notícia proximidade, impacto e governo.

Palavras-chave

Agendamento; *Newsmaking*; Valores-notícia; Jornal Nacional.

INTRODUÇÃO

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

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

Neste sentido, foi escolhido como objeto de análise o Jornal Nacional da TV Globo. Com quase 46 anos de história, está presente na maior parte das casas brasileiras. Por ser

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

² Recém-graduada em Jornalismo pela Universidade de Passo Fundo. E-mail: barbaraborn001@gmail.com

³ Orientadora e professora do curso de Jornalismo da UPF, mestre em Comunicação. E-mail: mariajoana@upf.br

⁴ Co-orientadora e professora do curso de Jornalismo da UPF, mestre e doutora em Comunicação. E-mail: sobertol@upf.br

transmitido em canal aberto e em horário nobre, já se consagrou jornalisticamente. Como metodologia foi utilizada a análise de conteúdo para identificar os temas/pautas do Jornal Nacional e compreender os valores-notícia utilizados. Para isso, a técnica de amostragem escolhida foi a semana construída.

2 AGENDAMENTO, NEWSMAKING E VALORES NOTÍCIA

A hipótese do agendamento está “camuflada” em textos de jornais, noticiários televisivos e radiofônicos. Está nas palavras, frases e temas com o objetivo de pautar ou silenciar as conversas diárias e até a opinião do público. Vários pesquisadores estudaram e desenvolveram conceitos sobre esta hipótese tão poderosa e impactante. Segundo Shaw, citado por Wolf (2006), a hipótese do agenda-*setting* defende que o público tem tendência de pautar seus assuntos de acordo com o que os *mass media* incluem ou não em seu conteúdo. Da mesma maneira, definem o grau de importância aos acontecimentos e as pessoas a partir do valor atribuído pelos profissionais da mídia. “Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos” (SHAW, 1979, *apud* WOLF, 2006, p.128).

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

Para Holfeldt (1997), a influência do agendamento pela mídia depende do grau de exposição a que o receptor está exposto, do tipo de mídia envolvida, da relevância e interesse por parte do receptor. Ainda “a saliência que ele lhe reconhecer, sua necessidade de orientação ou sua falta de informação, ou, ainda, seu grau de incerteza, além dos diferentes níveis de comunicação interpessoal que desenvolver” (HOLFELDT, 1997). Wolf (2006) explica que a tematização é outro elemento que se insere no agendamento. Classificam-se determinados acontecimentos e fatos de acordo com sua relevância. Esse processo facilitará no momento de selecionar os grandes temas para mostrá-los para o público. Mais que o número de informações e os tipos de conhecimento, o caráter público do acontecimento, sua relevância são dimensões implícitas que influenciam na tematização. Algumas pautas e temas não são possíveis de serem

tematizadas, mas possuem uma importância social, por isso não deixam de serem divulgadas (WOLF, 2006).

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

Para entendermos como determinados fatos se transformam em notícia, é preciso compreender uma série de critérios, componentes e processos envolvidos. Para esta pesquisa, optou-se por abordar a teoria do *newsmaking*, que constrói uma linha de pensamento a partir da qual a realidade é constituída das notícias divulgadas. Elementos de tais processos, estudamos noticiabilidade e valores-notícia, que funcionam de maneira conjunta. Para Pena (2005) a teoria do *newsmaking* defende que a construção dos discursos pelos jornalistas possui uma lógica interna, que envolve as pressões, a falta de tempo e de espaço, os limites financeiros, os padrões editoriais do veículo envolvido. Tudo isso, na opinião do autor, é considerado na elaboração da notícia e, mais do que isso, cria a realidade social para os consumidores. Neste sentido, Schudson (1995) defende que “as notícias mostram como a realidade deve ser vista, colocando o que faz sentido, em que tempo e em que lugar vivemos, o que devemos levar em consideração, como devemos julgar, como devemos pensar. Assim, vai construindo a nossa visão da realidade” (SCHUDSON, 199, *apud* TRAQUINA, 2005, p.171).

Já os valores-notícias irão avaliar se o fato é realmente significativo e relevante para ser transformado em notícia. Normalmente, cada veículo possui determinados valores-notícia a serem seguidos pelos seus profissionais. Para Golding e Elliot (1979) os valores-notícia são utilizados de duas maneiras. A primeira para selecionar os elementos válidos de participarem do produto final, ou seja, decidir o que vai ao ar ou não. A segunda maneira é servir como linhas-guias, isto é, sugerir o que deve ser enfatizado, omitido, priorizado. Quanto mais valores-notícia o acontecimento apresenta, maiores são as possibilidades de ele ser incluído no produto informativo (GOLDING E ELLIOT, 1979, *apud* SILVA, 2014). Ou seja, eles funcionam em pacotes, nunca estão sozinhos. Uma notícia nunca irá apresentar apenas um valor-notícia, mas sim uma associação de vários. A presença de tais características mostra o quanto o acontecimento é relevante e deve ser noticiado. Neste sentido, Vizeu (2003) afirma que são as diferentes combinações e relações de valores-notícias que vão determinar a relevância do acontecimento, o seu interesse para o público e sua significância social. Assim, eles irão

participar de todo o processo de produção da notícia, desde a captação até a apresentação. Correia (1997) ressalta algumas advertências sobre o uso dos valores-notícia:

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

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

Desta forma, Silva (2014) explica que as organizações jornalísticas devem “desenvolver uma capacidade de aplicação dos valores-notícia de referência no seu trabalho”, ou seja, um mecanismo fácil e estruturado para facilitar o trabalho do jornalista (SILVA, 2014, p. 79). Ao mesmo tempo, precisa saber justificar a escolha destes valores-notícia, para poder avaliar o seu trabalho. Assim o agendamento está por trás do ato de apenas informar. É capaz de pautar o que será discutido e até influenciar a opinião das pessoas. O estudo do conceito de *newsmaking* é essencial para compreender os processos que envolvem a construção dessas notícias agendadas, bem como entender como os valores-notícia são fundamentais na escolha do que será ou não noticiado.

3 ANÁLISE

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

Apresentação do objeto

O Jornal Nacional da Rede Globo foi ao ar pela primeira vez no dia 1º de setembro de 1969, transmitido simultaneamente ao vivo para Porto Alegre, Brasília, Rio de Janeiro, São

Paulo, Belo Horizonte e Curitiba. Bonner (2009) define “o Jornal Nacional é um programa jornalístico de televisão. Por ser jornalístico, apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias” (BONNER, 2009, p.13). Segundo o site do Jornal Nacional o telejornal surgiu com o objetivo de competir com o Repórter Esso, da TV Tupi, além dos interesses políticos e mercadológicos. Foi o projeto pioneiro para transformar a Globo na primeira rede de televisão do Brasil.

O telejornal conquistou credibilidade pelos brasileiros, tornando-se o programa de mais audiência da história da TV brasileira. Seguindo o modelo norte-americano de telejornalismo e o progresso tecnológico, foi conquistando audiência. Em 1979, alcançava a marca de 79,9% da audiência nacional (REZENDE, 2000). Ao longo dos anos, o telejornal foi sofrendo mudanças estéticas, na apresentação, na produção das notícias, na duração, na linguagem e na abordagem dos temas, bem como a audiência também sofreu quedas. Segundo pesquisa realizada pelo Ibope em 2015, a média de audiência nesse ano foi de 25,7 pontos. Cada ponto equivale a 67 mil domicílios. Atualmente o editor-chefe e apresentador do Jornal Nacional é o jornalista William Bonner, o editor-chefe adjunto é Luiz Fernando Ávila e a editora-executiva e apresentadora é Renata Vasconcelos. O telejornal tem exibição de segunda-feira a sábado, das 20h30min às 21h15min.

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

Metodologia de Pesquisa

Para realizar a presente pesquisa, foi eleita a metodologia da análise de conteúdo em jornalismo. Quando se realiza a análise de conteúdo, há uma busca em desvendar significados nos conteúdos jornalísticos, o que está por trás de apenas “informar”, pois, estes significados estão cheios de interesses, objetivos e ideologias que buscam transmitir determinadas mensagens. Como explica Herscovitz (2008) “é um método eficiente e replicável que serve para avaliar um grande volume de informação manifesta, reduzida a categorias baseadas em regras explícitas, previamente definidas com o objetivo de fazer inferências lógicas sobre mensagens[...]” (HERSCOVITZ, p.125,2008). Neste estudo serão analisados, através da análise de conteúdo, o agendamento de notícias no Jornal Nacional, além dos valores-notícias de cada conteúdo agendado.

Análise do agendamento temático

Foram analisadas seis edições do telejornal, sendo realizada uma análise quantitativa do tempo dedicado a cada editoria pelo telejornal e o formato utilizado para cada matéria. A amostra foi eleita numa semana construída, de segunda a sábado, que contemplou três edições anteriores à mudança estética ocorrida em 27 de abril e três edições posteriores, sendo avaliados os telejornais exibidos nos dias: 06/04/15; 14/04/15; 01/04/15⁵; 30/04/15; 08/05/15 e 16/05/15, totalizando 129 veiculações no período analisado.

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

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

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

Internacional: Primeiro fato que chama a atenção nessa editoria é a grande presença de conteúdos de abrangência mundial em um telejornal que tem como título Jornal Nacional. Esta é a segunda editoria com maior tempo de veiculação, com um total de 24 veiculações, sendo oito reportagens, uma nota pelada, 12 notas cobertas e duas entradas ao vivo, representando

⁵ A amostra de quarta-feira seria a do dia 22/04/15, porém como esta foi uma edição especial, em comemoração aos 50 anos de jornalismo da Rede Globo, foi substituída pela do dia 01/04/2015. Optou-se por uma edição mais habitual, isenta de um conteúdo especial tão extenso, como foi o caso da edição comemorativa.

13,15% (23min18s). A edição de terça-feira, dia 14 de abril, teve seis veiculações seguidas, totalizando 2min33s. Na quinta-feira foram oito veiculações, somando 8min27s, sendo uma participação ao vivo dos Estados Unidos. A edição de sábado teve 5min14s, também com entrada ao vivo. Somente a edição de segunda-feira não teve informações dessa editoria.

Cidade: Esta editoria é a quarta com mais tempo dedicado 8,60% (15min17s). Foram oito veiculações, sendo cinco reportagens, uma nota pelada, uma nota coberta e uma entrada ao vivo. Tratou de acontecimentos mais relacionados ao trânsito. A edição com mais veiculações (4) sobre o assunto foi a de quarta-feira, dia 1º de abril, quando foram apresentadas três reportagens e uma nota coberta, totalizando 7min25s. Uma delas, foi a reportagem sobre a dependência do transporte rodoviários de 3min10s.

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

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

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

Esporte: Apesar de não ser a editoria com maior tempo destinado, foi a quinta com maior número de veiculações, 11, totalizando 5,80% (10min23s). Foram sete notas cobertas, duas reportagens, uma nota pelada e uma entrada ao vivo. Na edição de quarta-feira, entrada ao vivo direto do estádio para falar do jogo de futebol à noite, convidando para assistirem pela emissora, após a novela. O maior tempo para editoria foi dedicado na edição de sábado, 5min8s. Somente na terça-feira o tema não esteve presente.

Institucional: Contou com um tempo de 5,72% (10min09s) no período avaliado, com total de seis veiculações, sendo duas reportagens, uma entrada ao vivo e três VTs. Na edição de terça-feira, dia 14 de abril, um VT sobre a edição do Profissão Repórter, de 0min47s, e ainda uma reportagem de 4min14s sobre uma homenagem que a Rede Globo recebeu de Deputados Federais pelos 50 anos da emissora, que também se enquadra na editoria Política. Na quarta-feira (dia 1º/04) um ao vivo diretamente do estádio convidando para acompanhar o jogo de futebol da noite na emissora, um tempo de 1min29s. Na sexta-feira um VT do Globo Repórter de 52s. No sábado (dia 16/05) um VT chamando para a audiência acompanhar o Fantástico, no domingo, com duração de 1min18s, e uma reportagem sobre a morte do ator da Globo Elias Gleiser. Na segunda-feira (06) não foi abordada essa editoria.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A presente pesquisa também buscou identificar alterações significativas nos formatos de apresentação do conteúdo noticioso do Jornal Nacional após a alteração que entrou no ar em 20 de abril de 2015. No antigo formato do Jornal Nacional que se refere as edições dos dias 06/04, 14/04 e 01/04, foram 65 veiculações no total. Como se pode observar no Gráfico 3, 46,15% (30) dos formatos são reportagens, 35,38% (23) notas cobertas, 15,38% (10) notas peladas, 1,53% (1) ao vivo e 1,53% (1) VT. No novo formato representados pelos dias 30/04, 08/05 e 16/05, foram 64 veiculações no total. São 45,31% (29) reportagens, 29,68% (19) notas cobertas, 17,18% (11) notas peladas, 4,68% (3) ao vivo e 3,12% (2) VTs.

Podemos observar algumas mudanças com relação aos formatos na transição do antigo para o novo formato: uma diminuição das notas cobertas no novo formato, um aumento das notas peladas e das entradas ao vivo. Tais mudanças podem ser consideradas características do

novo formato, que passou por alterações estéticas (cenário). Talvez tenham sido colocadas em prática para que o telejornal possa competir com o dinamismo, a informalidade e a instantaneidade da Internet e a opção por mais entradas ao vivo, com mais bate-papo entre o apresentador e o repórter, seja para conquistar esse novo telespectador.

Outra mudança pode ser notada quanto ao tempo dedicado às principais editorias agendadas. A editoria Política no antigo formato teve um tempo total de cobertura de 14min41s, já no novo formato 18min13s. Na Internacional a diferença foi ainda maior: o tempo no novo formato foi mais que o dobro do antigo. Foram 4min47s, com uma reportagem, seis notas cobertas e uma nota pelada no antigo, sendo que no novo formato houve 19min51s de tempo dedicado, as reportagens aumentaram para sete, as notas cobertas para sete e o diferencial também foram duas entradas ao vivo, ambas dos Estados Unidos. Sabe-se, entretanto, que é preciso levar em consideração o dia noticioso, o horário do fechamento dos materiais para o ao vivo, o número de acontecimentos no dia, a disponibilidade e a qualidade das imagens.

Análise dos valores-notícias

Para identificar os valores-notícia mais presentes na amostragem avaliada foram escolhidas duas edições, aleatoriamente, a de segunda-feira (06/04) e a de quinta-feira (30/04), uma do antigo formato do Jornal Nacional e a outra do novo formato, respectivamente. Foram escolhidas apenas duas edições devido a grande quantidade de matérias veiculadas em cada edição do telejornal. Em um total de 53 veiculações entre reportagens/notas cobertas/notas peladas/ ao vivo, foi estabelecido um percentual de presença de cada valor-notícia no total. É importante destacar que os valores-notícia foram analisados como um todo e não diferenciando valores do formato antigo e do novo formato do telejornal. A análise foi realizada a partir da tabela elaborada por Silva (2014), que catalogou os valores-notícia apontados por diferentes autores, como Nelson Traquina, Mauro Wolf e Michael Kunczik.

O valor-notícia com maior presença é a **proximidade** e está em quase todas as editorias, devido a maioria tratar de assuntos nacionais, contabiliza 81,13% (43) de presença. Assim, esse valor somente não está presente na editoria Internacional.

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

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

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

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

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

Meio Ambiente: dentro desta editoria estiveram mais presentes os seguintes valores: **proximidade, impacto, raridade, surpresa e tragédia**. Houve uma carência de matérias que envolvem o valor **conhecimento**, que apareceu somente uma vez. No período analisado, mais o lado negativo dessa editoria foi exposto, sendo exemplos os problemas ambientais, como a seca e incêndios. Neste sentido, questiona a falta de medidas preventivas por parte do governo, por exemplo nas reportagens sobre a estiagem no nordeste, a pior seca da história e a falta de abastecimento de água em Salvador.

Internacional: os valores mais presentes nessa editoria foram **impacto e tragédia/drama**. Em seguida os valores **justiça, proeminência e surpresa** aparecem de maneira mais equilibrada. A **proeminência** principalmente, quando envolve líderes governamentais. Carência novamente do valor **conhecimento**, que aparece na mesma medida que **conflito e raridade**. Conflitos internacionais também mereciam mais destaque, por tratarem de disputas, reivindicações, até mesmo guerras. **Raridade** também por apresentar o

incomum, o inusitado. Um exemplo é a notícia sobre o terremoto no Nepal, a **tragédia/drama** do ocorrido, por outro lado surge o valor **conhecimento**, devido ao progresso dos resgates.

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

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

Polícia: **Impacto** e **tragédia/drama** estiveram em evidência, após **governo**, **justiça**, **conflito** e **raridade**. São exemplos as notícias sobre o homem que invadiu uma escola e agrediu pessoas e outra sobre o medo de assaltos em Maceió. Em menor quantidade apareceram **surpresa** e **proeminência**, como na matéria sobre a prisão do rapper Mano Brown. Merece destaque uma matéria que apresentou o valor **conhecimento** e tratou da reforma de um presídio no Rio Grande do Norte pela iniciativa privada. Falar de tragédia, conflito, polêmica é inevitável, mas abordar um outro lado também é possível.

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

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

Economia: Apresentou mais o valor **impacto** por envolver toda população brasileira e **governo** por tratar de decisões dos governantes. Infelizmente o valor **conhecimento** não esteve

presente, o que poderia ser muito explorado. **Tragédia/drama, conflito, raridade e surpresa** apareceram uma vez cada. Como exemplos, podemos citar a cobertura sobre as consequências de um incêndio que impediu os carregamentos no porto e a reportagem sobre o aumento do preço da energia elétrica no Brasil.

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

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

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

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

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

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

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa realizada pretendeu identificar o agendamento de notícias do Jornal Nacional da TV Globo e valores-notícia mais presentes. Após a análise, identificamos que as editorias mais presentes ao longo do período da amostragem foram Política, Internacional e Polícia. Podemos perceber que tais temas se sobressaíram às editorias Educação e Saúde, que

tratam de valores como cidadania e conhecimento, por exemplo. Sendo assim, percebe-se que o telejornal dá maior destaque a temas relacionados ao governo, autoridades e tragédias, do que a temas relacionados à saúde e ao conhecimento.

Percebemos ainda que o formato mais presente, a reportagem, também está em maior quantidade nas principais editorias. Sua grande frequência mostrou um aprofundamento dos acontecimentos e uma maior reflexão sobre os fatos. Porém, faltou a utilização do formato ao vivo, sendo uma ferramenta essencial para atrair a atenção do telespectador, ainda pelo imediatismo das informações e o ineditismo das imagens. Há uma baixa presença de matérias com os valores-notícia entretenimento e conhecimento nas editorias de Saúde, Educação e Tecnologia.

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

Ainda os valores-notícia polêmica, proeminência, conflito e raridade estão muito próximo em número de presença nas veiculações, devido ao fato de normalmente estarem relacionados na mesma notícia. Neste sentido, as editorias e os valores-notícia estão, muitas vezes, muito relacionados. Como podemos perceber na principal editoria, Política, um dos valores mais presentes é governo. Assim como Política é uma das editorias com maior tempo dedicado, relacionada aos valores-notícia tragédia e drama também.

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

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

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

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

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

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

COOLING, Leandro. Agenda-setting e framing: reafirmando os efeitos limitados. REVISTA FAMECOS, Porto Alegre, n. 17, 88-100, abr. 2002.

HOHLFELDT, Antonio. *Os estudos sobre a hipótese de agendamento*. In: REVISTA FAMECOS, n. 7, nov. 1997.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. 9. ed. São Paulo: Contexto, 2005.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. In: ____ SILVA; Marcos P., FERNANDES; Mario L. (Orgs.). Critérios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

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

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

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