
As redes sociais (e)ditam as telas da TV? Uma investigação sobre os valores-notícia no Bom Dia Rio¹

Brenda de Almeida VANNI²
Ana Paula GOULART DE ANDRADE³
Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

A partir da adoção das metodologias de Estudo de Caso (YIN, 2001), da AMA - Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, MATA, 2018), de revisão bibliográfica e entrevista semi-estruturada, o presente artigo traz o resultado da observação de cinco edições do telejornal Bom Dia Rio, em conjunto com a análise das postagens das redes Twitter e Instagram dos apresentadores do programa. O objetivo é compreender a influência desses conteúdos digitais na construção noticiosa do telejornal. Utilizando a tabela de referência de valores-notícia apontada por Silva (2014), a pesquisa traz como resultado a sistematização de cinco temas que mais transitam entre as redes e a TV, considerando o papel de gatewatchers exercido pelos apresentadores.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; Valores-notícia; Redes Sociais; Noticiabilidade; Bom Dia Rio.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade do século XXI é marcada pela presença do ambiente digital, o acelerado consumo de produtos midiáticos e o uso contínuo de redes sociais. As transformações diante do atual contexto tecnológico têm impactado de diferentes formas as mais diversas instâncias sociais, como a economia, a política, e em especial a comunicação e o telejornalismo.

Há mais de sete décadas no ar, a TV brasileira e o telejornalismo passaram por diversas transformações por conta de uma nova ecologia midiática que infere nos modos de narração televisual do mundo. A necessidade de uma revisão nas rotinas produtivas por conta da adaptação de conteúdos "a múltiplas telas e múltiplos públicos", é apontada como um dos desafios do fazer telejornalístico de maneira expandida, de acordo com

¹ Trabalho apresentado no IJ01, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Graduada do Curso de Jornalismo da Escola de Comunicação Social e Artes da Facha, e-mail: brenda.vanni@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora de Jornalismo da Escola de Comunicação e Artes da Facha e da FPG. Doutoranda e Mestre em Comunicação pela Puc-Rio, e-mail: goulartdeandrade@gmail.com

Edna Silva (2017). Assim, a televisão não envelhece, mas se mantém estabelecida como meio e também se espalha no ambiente digital da internet, agindo de maneiras opostas, unindo e separando simultaneamente. É relevante ressaltar que para dar conta dos protocolos de apuração que contemplem os valores-notícia em uma decisão da construção noticiosa televisiva, ocorre a interação dos jornalistas com os telespectadores de forma ampla e subjetiva nesse ambiente digital.

Decidir o que é notícia nas redações não é, portanto, uma tarefa simples, ao contrário, escolher qual acontecimento vai ganhar o status de notícia em detrimento de outros, é uma árdua função. Embora não exista um manual único para o desenvolvimento dessa prática, a cultura organizacional nas redações e as teorias do Jornalismo indicam pistas que ajudam a jogar luz sobre a reflexão dos *modus operandi* televisivo: a notícia é o resultado de uma decisão coletiva que passa por uma série de variáveis flexíveis e vulneráveis que envolvem os valores-notícia e os critérios de noticiabilidade.

É nesse sentido que o presente artigo se debruça a investigar de que forma as redes sociais digitais ajudam a pautar/editar o telejornal, ou seja, como o conteúdo digital influencia na construção social da realidade veiculada diariamente no noticiário Bom Dia Rio, da TV Globo. Para isso, a pesquisa traz a análise de 5 edições do Bom Dia Rio, bem como o recorte de pelo menos 20 postagens dos apresentadores do programa nas redes sociais *Twitter* e *Instagram*. O ferramental metodológico está baseado na metodologia da AMA – Análise da Materialidade (COUTINHO, MATA, 2018), conjugada com o método do Estudo de Caso (YIN, 2001), uma entrevista semi-estruturada com a apresentadora Silvana Ramiro, além da revisão bibliográfica. Tendo como base a tabela de valores-notícia proposta por Gislene Silva (2014), o trabalho traz como resultado o destaque de cinco os valores-notícia que mais aparecem em comum nas redes dos apresentadores do telejornal e nas telas do noticiário comandado pela dupla, que funciona, nesse sentido, como *gatewatchers*, considerando aqui a influência das redes na decisão do que é notícia no telejornal.

2 O TELEJORNALISMO: CONCEITOS EPISTEMOLÓGICOS

O telejornalismo brasileiro surgiu juntamente com a chegada da televisão no país em 1950, com a influência de Assis Chateaubriand. Seu formato inicial foi marcado pela adaptação do noticiário radiofônico, o “telejornalismo falado” (SILVA; ALVES, 2017), onde o então locutor de notícias, baseado no formato tipicamente norte americano, fazia a leitura das reportagens ao vivo. Com o passar dos anos, a (re)produção de sentidos avançou, influenciada pelas tecnologias de cada época e transpassou por toda prática de mediação telejornalística. Assim, as transformações na televisão e na prática do jornalístico sempre estiveram presentes durante essas sete décadas, sobretudo com a nova ecologia midiática instaurada na contemporaneidade. Com a chegada da pandemia, não foi diferente, pois a TV e os noticiários precisaram promover rapidamente uma adaptação para continuar com a mediação de mundo em e entre telas, conforme já apontam alguns pesquisadores (ALBUQUERQUE *et al*, 2021).

No entanto, os indícios de permanência de determinados conceitos e formas - técnicas, estruturais e narrativas - que constroem o telejornalismo também não podem ser ignorados e são fundamentais à prática. As bases epistemológicas não se referem “às investigações filosóficas sobre a natureza do conhecimento verdadeiro, mas ao estudo de práticas de produção de conhecimento e comunicação de afirmações de conhecimento” (EKSTRÖM, 2002, p. 259)⁴. São elas um conjunto de procedimentos que excedem o domínio de técnicas audiovisuais e de construção de narrativas. Tanto pelos produtores da notícia quanto por quem as consome; repercutem e são legitimadas como saber (SILVA; 2017).

Dividindo suas bases epistemológicas segundo as fases históricas do telejornalismo, Edna Silva estabelece seis fases atreladas à esta evolução dos recursos tecnológicos e movimentos da sociedade de cada época: telejornalismo falado, o telejornalismo “reportado”, o telejornalismo *All News*, o telejornalismo convergente, o telejornalismo expandido, e por fim, a sexta e última fase é o telejornalismo imersivo. Esta, mais relevante para o artigo, explicita o contexto de evolução tecnológica mais recente, onde a realidade virtual ou realidade aumentada passam a ser possibilidades na produção de notícias e interação do telespectador é ainda mais ampliada. Recentemente, o patrocínio do aplicativo *TikTok* ao Jornal Nacional causou grande repercussão nas redes por meio de manifestações meméticas⁵ que sugeriam novas formas de transmissão da notícia televisual⁶. Ocorre, que para além do senso comum, e de toda conotação do campo de entretenimento, a aproximação das novas tecnologias de experiência com o jornalismo em telas merece atenção enquanto fenômeno contemporâneo.

Para além das fases apresentadas por Silva (2017), Ekström (2002) define outra linha de análise, que estabelece conceitos epistemológicos do telejornalismo composta por três áreas fundamentais para a pesquisa sobre as epistemologias do jornalismo: “forma de conhecimento”, “produção de conhecimento” e a “aceitação pública das afirmações de conhecimento”⁷. Utilizando-se de perguntas para responder a cada uma das áreas, Ekström (2002) se debruça a pontuar aspectos e características gerais que compuseram e ainda compõem a prática jornalística. A construção de eventos extraordinários que fazem parte da rotina do telejornal, aspecto esse já mencionado por Guy Debord, em “Sociedade do Espetáculo” (2000) é um exemplo que pode ser confirmado na recente cobertura da “Chacina no Jacarezinho” - operação policial que matou 28 pessoas na comunidade Jacarezinho, na zona norte do Rio de Janeiro.⁸

Não é de objetivo deste artigo investigar as argumentações do caso citado, porém é indispensável para o entendimento das transformações do telejornalismo o aprofundamento do debate epistemológico a respeito da produção jornalística como

⁴ Tradução livre.

⁵ Referindo-se ao uso de memes, entendido como um fenômeno de grande repercussão de uma imagem, vídeo ou frase no ambiente online.

⁶ Ver em: <https://bit.ly/2TAenAM> Acesso em: 12 de junho de 2021.

⁷ Tradução livre.

⁸ Disponível em: <https://glo.bo/3iKHI5Q> Acesso em: 14 de junho de 2021.

objeto de comunicação, e essencialmente como instrumento de conhecimento do público e, portanto, formação de opinião pública.

Para além dos conceitos epistemológicos, algumas teorias do jornalismo produzidas ao longo de décadas de investigações acadêmicas ainda são influentes ao refletir o fazer jornalístico e se aplicam às produções televisuais e precisam ser destacadas para a compreensão da análise aqui empreendida. A teoria do *gatekeeper*, de David Manning White, tem como aspecto principal que as pautas são compreendidas e escolhidas como consequência do jornalista e sua “bagagem”, seja ela pessoal, cultural ou profissional.

[...]o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, "portões" que não são mais do que áreas de decisão em relação aos quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper* tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não (TRAQUINA, 2005, p.150).

Embora a teoria do *gatekeeper*, também chamada de ação pessoal, ainda seja tida como verdade absoluta por alguns profissionais, ela, porém, "avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de seleção minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias" (TRAQUINA, 2005, p.150). Assim, o conceito já foi atualizado, com destaque para Canavilhas que, pensando além do *gatekeeper*, introduziu os *gatewatchers* (CANAVILHAS, 2010), que agem como potenciais atores da notícia e funcionam no ambiente digital. Ou seja, para além de decidir se a notícia é publicada ou não, é preciso olhar para outros aspectos que envolvem a decisão de um acontecimento virar notícia na pós-modernidade. Ele emerge como elemento central nesse novo ecossistema midiático o qual as redes sociais aparecem como um “canal de seleção” de informações e pautas, onde “a fragmentação motivada pela multiplicação de fontes e o excesso de informação obrigam os media a disputarem a atenção dos leitores.” (CANAVILHAS, 2010, p.5).

Outra teoria influente para pensar esse artigo é a organizacional, que a notícia sai da esfera individualizada do jornalista e sua visão, para a esfera da organização jornalística (considerando a política editorial, as hierarquias, o próprio ambiente), uma vez que as regras da instituição se sobrepõem aos valores subjetivos dos comunicadores. (TRAQUINA, 2005).

Por fim, as teorias construcionistas que representam uma oposição clara àquela que os pesquisadores chamam de teoria do espelho, que se propõe a refletir um retrato fiel da realidade. A teoria construcionista (ou construtivista) é vinculada como uma construção social, por ajudar a construir a própria realidade. Traquina (2005) afirma que a teoria construcionista é a mais completa para explicar a prática jornalística, na qual a notícia é vista como uma construção social, por ajudar a construir a própria realidade.

A produção da notícia televisiva feita nas rotinas produtivas das redações segue, portanto, os mesmos *modus operandi* da atividade jornalística como um todo. A teoria do *newsmaking*, ou seja, o processo de produzir notícias, vai depender de uma cadeia de

combinações e decisões que envolvem os critérios de noticiabilidade e valores-notícia, conforme observado por Vizeu (2014).

3 O JORNALISMO AUDIOVISUAL NO SÉCULO XXI

Considerando que os processos de construções audiovisuais foram altamente modificados por computadores e redes sociais que transcenderam a uma situação de dependência tecnológica, a atividade jornalística foi notoriamente afetada, o que implica transmutações no exercício da profissão.

Explicitado por Beatriz Becker, “a televisão segue exercendo influência no cotidiano social”, porém, as formas de produzir e consumir conteúdos para esse veículo se transformaram de maneira significativa na atual esfera da mídia. Nessa perspectiva, os profissionais, em voga os jornalistas, precisam lidar com técnicas inimagináveis num passado próximo, e também agregar “novos valores e conhecimentos” ao que antes já havia sido estabelecido como rotina. Entre elas, as principais mudanças são novas formatações, definidas por Sônia Padilha (2008). Desse modo, ao analisar a cibercultura no webjornalismo que também inclui o jornalismo audiovisual, a autora destaca alguns pontos: a interatividade com o público; instantaneidade das ações e conteúdos *online*; perenidade, uma vez que se passa a ter uma memória expansível e armazenamento “na nuvem”; hiperlinks que conectam textos, imagens vídeos; convergência de mídias e customização de conteúdos, num mercado de nichos cada vez mais explorados.

A pesquisadora também sistematiza algumas das mudanças que ocorreram no jornalismo antes e depois do advento da cibercomunicação, apontando características desse novo profissional de comunicação nas práticas do ramo, nas modificações do meio em si, na recepção de conteúdos e no reconhecimento do Jornalismo enquanto Instituição e empresa (PADILHA, 2008). Ou seja, o campo exige habilidades de um profissional multifacetado, que seja capaz de desenvolver pesquisas em tempo real, dominando o território comunicacional dentro e fora da redação e que ainda tenha um esquema relacional e de agilidade com as fontes. Além disso, ainda de acordo com a autora, é preciso considerar que o movimento do jornalismo audiovisual para as telas tem a ver com novos modelos de negócio, ou seja, envolve questões econômicas, considerando também públicos “prossumidores” - produtores e consumidores e ações multimídia.

Não à toa, as empresas estabelecem parcerias institucionais, ultrapassando os conglomerados hegemônicos. O recente caso da parceria entre a Rede Globo e o *Google* traduz um pouco dessa realidade.⁹ Se antes, estes jornalistas estariam se expondo cada vez mais por meio dos blogs e alguns fóruns criados no início do surgimento da “*www*”, hoje a sua presença e atuação nas redes se torna incontestável, e é cada vez mais estimulada pelas próprias empresas. Seja como figuras públicas, seja como profissional associado à determinada organização, mas também sobre assuntos particulares que

⁹Ver em: <https://glo.bo/3vn0CCn> Acesso em: 12 de junho de 2021.

ganham dimensão pública, considerando sutis fronteiras do público e do privado na contemporaneidade.

Não é uma ação aleatória uma vez que, no ano de 2020, as redes sociais ultrapassaram a TV como meio de acesso às informações no Brasil. No levantamento, 67% dos usuários disseram usá-las como fonte de notícias, contra 66% que o fazem na TV. 87% acessam notícias *online*. A pesquisa mais recente da Reuters, - *Institute for the Study of Journalism - a Digital News Report 2020*¹⁰, mostra hábitos de consumo de notícias por usuários brasileiros em diversos meios, incluindo o digital. Assim, a união das tecnologias digitais com as de comunicação em rede são transformações mais do que puramente tecnológicas, e sim, influenciam diretamente na própria cultura, tempo e no próprio ser humano (MCLUHAN, 1964). Portanto, o Jornalismo deve entendê-las como “motores de mudanças históricas e significativas nas práticas da profissão e da introjeção da cibercultura pelo profissional” (PADILHA, 2008).

4 MÉTODOS DE ANÁLISES DOS “SUJEITOS FALANTES” DO BOM DIA RIO

Com o objetivo de analisar com detalhamento o impacto da presença dos jornalistas nas redes, agindo como *gatewatchers* (CANAVILHAS, 2010) na construção do telejornal, este artigo observou cinco edições do noticiário Bom Dia Rio entre os meses de janeiro e abril de 2021. A definição dos meses foi feita de forma alternada, buscando a proximidade com a data de conclusão da análise final. O trabalho conjuga quatro metodologias centrais: a) Estudo de Caso para analisar a incompletude do fenômeno abordado; b) AMA - Análise da Materialidade para investigações televisuais; c) Entrevista semi-estruturada e d) Revisão bibliográfica.

Entre as metodologias escolhidas, o estudo de caso (YIN, 2001) se demonstrou eficaz para compreender fenômenos individuais, organizacionais e políticos. Se estabelece como “(...) uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN, 2001, p.32). A partir da metodologia de Yin (2001), foram construídas janelas de observação para compreender a construção do telejornalismo regional e as possíveis influências das redes sociais, observando o Bom Dia Rio.

A metodologia AMA - Análise da Materialidade (COUTINHO, MATA, 2018) foi escolhida para sistematizar a investigação das edições dos telejornais via repositório do Globoplay. O método se propõe a observar os produtos audiovisuais jornalísticos na contemporaneidade com o intuito de incorporar essas novas formas do telejornal “se dar a conhecer/ fruir”.

Além da revisão bibliográfica, este trabalho também contempla a análise de postagens das redes sociais digitais (Instagram e Twitter) da dupla de apresentadores do

¹⁰ Disponível em: <https://bit.ly/3wm4xAO> Acesso em: 14 de junho de 2021.

telejornal, Flávio Fachel e Silvana Ramiro, além de uma entrevista com a apresentadora Silvana Ramiro, no esforço de buscar pistas que reforcem o objetivo das análises realizadas¹¹.

A escolha por um noticiário local se deu a partir da percepção que o jornalismo regional tem ganhado forças nas pesquisas no Brasil e no mundo (CORREIA, 2012; BARBOSA, 2001) por indicar pistas comportamentais mais específicas, tanto nos modos de produção, quanto nos modos de recepção da notícia. Assim, acredita-se que a análise local seja uma opção mais adequada e possa refletir um melhor resultado do que se pretende na pesquisa empreendida.

O Bom Dia Rio¹² é um telejornal matutino, com tempo de produção total de 140 minutos, desenvolvido e exibido pela Rede Globo de Televisão desde 1983. Com transmissão de segunda a sexta, o noticiário se propõe a atuar como prestador de serviços da Região Metropolitana da cidade do Rio, e outros municípios como Niterói e da Baixada Fluminense. Suas notícias têm enfoque nas condições de trânsito, transportes e tempo, além de esporte e serviços e, ainda, faz parte do horário dedicado pela Rede Globo à exibição dos telejornais locais de suas emissoras próprias e afiliadas. Atualmente, sua apresentação é dos jornalistas Flávio Fachel e Silvana Ramiro, e conta com as participações de repórteres fixos como Ana Paula Santos e Edivaldo Dondossola, além de Guilherme Peixoto no Globocop¹³.

Reconhecido por sua abordagem mais participativa e até com certa carga de informalidade, o Bom Dia Rio disponibiliza um número de aplicativo de *WhatsApp* para o público, que pode enviar desde vídeos, comentários e fotos de "denúncias" sociais até uma mensagem com a frase "O Bom Dia Rio volta já! ", podendo dessa forma aparecer ao vivo e interagir com os apresentadores. Desse modo, desenvolvem a estratégia de angariar credibilidade, estimulando a participação colaborativa, além de receber informações em tempo real sobre os mais diversos acontecimentos na cidade, e de forma secundária, acabam por criar uma proximidade com o telespectador, que envia diversos conteúdo, estabelecendo uma relação de fidelidade ao programa.

O âncora do telejornal é Flávio Fachel¹⁴, jornalista formado pela Faculdade de Comunicação Social da PUC-RS, em 1993. Ganhou o Prêmio Esso pela série de reportagens sobre a feira de drogas no Complexo do Alemão, em 2001. Desde 2013 é apresentador e editor-executivo do Bom Dia Rio. Vale destacar que o jornalista também exerce o cargo de apresentador eventual no Jornal Nacional, tendo outro tipo de comportamento e abordagem, já que são públicos diferentes e produtos com identidades

¹¹ Vale mencionar que o apresentador Flávio Fachel também foi convidado a participar do processo de entrevista via e-mail e *WhatsApp*. Mesmo com o recebimento confirmado, o processo dialógico não foi realizado com êxito, impedindo a abordagem das questões sob esse ponto de vista. Compreende-se que isso não interfere no resultado da pesquisa e optou-se em contemplar somente a entrevista da apresentadora Silvana Ramiro como complemento às outras metodologias adotadas.

¹² Disponível em: <https://glo.bo/3gCmh4c> Acesso em: 14 de junho de 2021.

¹³ Apelido dado pela emissora Rede Globo ao seu helicóptero que realiza transmissões ao vivo e com uma câmera externa instalada.

¹⁴ Disponível em: <https://glo.bo/3zkJiBg> Acesso em: 14 de junho de 2021.

distintas. Essa diferença é marcada por aquilo que Coutinho (2012) traduz como dramaturgia do telejornalismo.

A frente do noticiário também está a jornalista Silvana Ramiro¹⁵, que desempenha um papel de co-apresentadora. Egressa do Curso de Jornalismo da FACHA- Faculdades Hélio Alonso, iniciou sua trajetória na Rádio Tupi como repórter de rua e ingressou na Rede Globo em 2002, como estagiária. Silvana possui coberturas de grande destaque, como a invasão ao Complexo do Alemão, na qual ganhou o Prêmio Emmy Internacional, junto com equipe de reportagem.

4.1 VALORES-NOTÍCIA: ENTRE AS TELAS E AS REDES

Ao analisar suas redes sociais, Fachel realizou sua primeira postagem no *Instagram*¹⁶ em novembro de 2010, possuindo hoje 82,3 mil seguidores e mais de 1000 postagens. Seu conteúdo nessa rede se restringe a fotos “*call to action*”¹⁷ de assistir ao telejornal Jornal Nacional, o qual o jornalista faz parte do rodízio de apresentadores desde 2019. Além destas publicações, revela aspectos de sua vida pessoal, de forma minimalista. Já no *Twitter*¹⁸, Flávio ingressou em 2009 e atualmente conta com 109 mil seguidores. É mais ativo, postando diversos “*tweets*” comentando matérias publicadas pelos perfis de outros veículos, fazendo enquetes e também convidando os internautas a assistirem aos telejornais.

Sobre suas redes sociais, Silvana realizou sua primeira postagem no *Instagram*¹⁹ em novembro de 2014, possuindo hoje 125 mil seguidores e 790 postagens. Seu conteúdo é diverso, expondo especialmente sua ligação com a maternidade, mas também momentos de folga, yoga e muito da pré-produção do jornalismo, o real “por trás das câmeras”. Já no *Twitter*²⁰, Silvana ingressou em 2010 e atualmente conta com 64,9 mil seguidores. É bem menos ativa, postando “*tweets*” com frequência inconstante comentando pautas muitas vezes abordadas no Bom Dia Rio e as evidenciando com *hashtags*, além de também utilizar o recurso das enquetes e convocar seus seguidores para acompanhar o telejornal.

4.2 PERCEPÇÕES TELEVISUAIS E EM REDE

As cinco edições observadas a partir da AMA - Análise da Materialidade (COUTINHO, MATA, 2018) com a confecção de uma ficha técnica com a questão que se pretende investigar, foram dispostas em janelas de observação, conforme propõe o método de Estudo de Caso de YIN (2001), compreendem os seguintes meses: janeiro,

¹⁵ Disponível em: <https://bit.ly/3zrhGun> Acesso em: 14 de junho de 2021.

¹⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/flaviofachel/> Acesso em: 2 de abril de 2021.

¹⁷ Termo que faz referência às ações de marketing e possui tradução literal “chamam para ação”.

¹⁸ Disponível em: <https://twitter.com/flaviofachel> Acesso em: 2 de abril de 2021.

¹⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/silvanaramiro/> Acesso em: 3 de abril de 2021.

²⁰ Disponível em: <https://twitter.com/silvanaramiro> Acesso em: 3 de abril de 2021.

fevereiro, março e abril (com duas edições)²¹. Procurou-se escolher as datas das edições de forma aleatória com um espaço considerável entre as mesmas, objetivando a diversidade de assuntos durante os períodos que levassem a comparações e atualizações mais recentes. Assim, possibilitando ter uma dimensão mais legítima no resultado da investigação aqui empreendida. Após as análises televisivas e das redes, foram destacadas percepções dos valores-notícia em comum nas telas e nas redes, utilizando como base a tabela de valores-notícia proposta por Silva (2014).

A edição do dia 28/01/2021, foi marcada pelo valor-notícia surpresa/ineditismo atrelado ao governo (como grande parte das edições), pela divulgação com exclusividade da liberação da vacina para idosos no Rio de Janeiro, que ocasionou a emoção e choro do apresentador Fachel. Nesse sentido, o apresentador funciona para a sociedade como o guardião dos direitos de cidadania. Outro critério de noticiabilidade que também esteve presente com forte colaboração do público é o valor tragédia/conflito, graças a um roubo de carga capturado pelo Globocop. Nesta edição, fica evidenciado a frase “crime ao vivo”, que passou a representar outras tragédias com flagrante. A duração do noticiário, por padrão, foi de 2 h 19 min.

Durante todas as edições foi possível observar a posição transmidiática do programa (JENKINS, 2008), trazendo o ambiente *online* como formador da edição. A chamada para que os telespectadores, ao postarem comentários ou até mesmo sugerissem pautas nas redes sociais, façam o uso da *hashtag* “#bdrj”, como forma de compilar as informações de interesse do telejornal. Ivan Satuf (2014) investiga esse movimento que ele chama de novos valores-notícia, que ultrapassa e reinventa a noção “breaking news”.

No dia 10/02/2021, a ocorrência de um sequestro de ônibus em comunidades ganhou destaque, que se aproxima do valor-notícia tragédia/conflito de acordo com a tabela apresentada pela Gislene Silva (2014). Tendo 5 exibições consideravelmente longas, a cobertura, assim como em outras edições, só foi possível pelo recurso tecnológico do Globocop. Além desse, também é notável a utilização de recursos cada vez mais tecnológicos como motos e *drones* para oferecer serviço aos cidadãos. Com os recursos, se torna cada vez mais ágil a denúncia de problemas como buracos, terrenos baldios ou a não poda de árvores, além da visualização do trânsito.

Os aspectos mais relevantes do dia 18/03/21 nas telas estão atrelados ao valor governo, expondo a vacinação em diferentes cidades e locais de vacinação. Eles reforçam o quanto a pandemia passou a ocupar os noticiários, colocando os demais assuntos em segundo plano. Considerando as ondas da Covid-19 que ocasionam um impacto extremo no país comparado ao resto do mundo, além do início da vacinação para público geral ter se iniciado juntamente das análises, percebeu-se que o assunto toma o protagonismo no telejornalismo local do Bom dia Rio, afinal “os critérios de noticiabilidade são afetados pela percepção de que grandes volumes de conteúdos se movem com força suficiente para abalar os pilares que até então sustentavam a seleção e a construção das notícias” (SATUF, 2014). Como forma de reforçar sua credibilidade nos discursos

²¹ Disponível em: <https://bit.ly/35otG1Q> Acesso em: 14 de junho de 2021.

defendidos durante o jornal, usou-se o reforço de fontes científicas ao vivo. O “ao vivo” também já foi destaque de análise de significantes e significados por Machado (2000) desde a entrada do repórter Peter Arnett, da CNN, na cobertura da Guerra do Golfo Pérsico, no início dos anos 90. O telejornalismo em tempos de pandemia já vem chamando atenção de pesquisadores em todo o país (ALBUQUERQUE *et al* 2021; REIS *et al*, 2020).

Já no mês de abril, no dia 06/04/21 os temas de destaque como “ falta de oxigênio”, “restrições em regiões” e “batalha judicial de retorno das aulas”, todos em decorrência da COVID, além dos problemas na água da CEDAE se aproximavam dos valores-notícia governo.

Ainda no mesmo mês, no dia 14/04/21 o que predominou foram tragédia/conflito e governo, com destaque para operações da polícia, agressões e incêndios em transportes, e até roubo de vacina. Um aspecto recorrente que marcou presença nessa e nas demais edições é a quantidade de imagens enviadas por cidadãos ou retiradas de redes sociais, se conectando justamente com a necessidade e influência das redes hoje na construção do jornalismo. Identificado como telejornalismo apócrifo (GOULART DE ANDRADE, 2018), corresponde a abundância do uso de imagens não profissionais e de vídeo-vigilância na construção dos telejornais sem necessariamente obter o tratamento noticioso que deveria passar por toda a cadeia produtiva de checagem.

Por ser um jornal de abrangência local, com perfil mais próximo do telespectador e com formalidade reduzida, abre-se espaço para comentários sobre algumas das diferentes pautas abordadas. Desde futebol e meteorologia até questões de segurança e cobranças diretas ao governo, comentários também fazem parte do espelho²² do Bom Dia Rio e refletem o posicionamento de seus apresentadores nas redes, especialmente do apresentador Flávio Fachel.

Embora a rede de maior uso do apresentador “principal” seja o *Twitter*, rede reconhecida por sua agilidade e influência, o *Whatsapp* é a principal rede de contato do Bom Dia Rio com cidadãos, para envio de sugestões, perguntas, fotos ou vídeos que retroalimentam o noticiário de forma quase que instantânea²³. Não é a toa que “a televisão parece ter reivindicado para si a interatividade” (BECKER, 2016) e, durante o programa, existem momentos dedicados a leitura de comentários nas redes, além dos conhecidos encerramento de blocos com vídeos enviados pelos telespectadores dizendo a frase “O Bom Dia Rio volta já! ”, comumente dita por Flávio. Especialmente com as mudanças das rotinas produtivas das redações ocasionadas pela pandemia, muitas pautas chegam por meio dos telespectadores e são produzidas colaborativamente.

Observa-se um esforço para garantir a cobertura das regiões, com repórteres gerando notícias locais, com o uso de *QR Code* na previsão do tempo direcionando para detalhes de cada região, e com o direcionamento para as

²² Jargão jornalístico que refere-se ao cronograma de pautas do telejornal para ser seguido por todos durante o programa, como um mapa do que irá ao ar.

²³ Disponível em: <https://glo.bo/3iBVdou> Acesso em: 14 de junho de 2021.

páginas da emissora específicas de cada região e os contatos das cidades via *Whatsapp* (REIS, *et al*, 2020).

Novas funções e competências no jornalismo local se estenderam por quase todos os noticiários, que precisaram reinventar a forma de interação com os telespectadores e audiência como forma de manutenção de vínculo.

5 NOTICIABILIDADE EM TELAS DO BOM DIA RIO

Após as análises televisuais das 5 edições do noticiário Bom dia Rio exibidas nas datas: 28/01/2021, 10/02/2021, 18/03/2021, 06/04/2021 e 14/04/2021, por meio da Metodologia da AMA - Análise da Materialidade (COUTINHO, MATA, 2018), e distribuídas com base no método de janelas de observação do Yin (2001), conjugada com as análises de pelo menos 20 postagens nas redes sociais digitais dos apresentadores do programa, o passo seguinte da pesquisa se concentrou na comparação do conteúdo analisado nas redes e do que foi publicado nas telas do Bom Dia Rio. O intuito é investigar a influência das redes sociais digitais na construção do telejornal, para reconhecer e sistematizar os principais valores-notícias que aparecem nos dois campos midiáticos, entendidos por Gislene Silva como “atributos que orientam principalmente a seleção primária dos fatos – e, claro, que também interferem na seleção hierárquica desses fatos na hora do tratamento do material dentro das redações” (SILVA, 2014, p. 4).

As análises das edições somadas a verificação do perfil do *Twitter* dos apresentadores do telejornal Bom Dia Rio, uso de palavras chaves, juntamente do tópico “Assuntos do Momento” no *Twitter* e da aparição do tema no *Google Trends*²⁴ no dia em que as edições foram ao ar resultaram na sistematização de uma tabela (Tabela 1) de valores-notícia, amparada pela pesquisa da autora Gislene Silva (2005).

Valor-notícia	Quant. pautas na TV	Percentual na TV	Quant. pautas na Rede	Percentual na Rede
Tragédia/conflito	27	25%	10	29%
Polêmica	10	9%	4	11%
Justiça	6	5%	1	3%
Governo	60	55%	15	43%
Entretenimento	7	6%	5	14%
Total:	110	100%	35	32%

Tabela 1 - Produzida pela autora.

A análise demonstrou a partir de recorte da pesquisa qualitativa e quantitativa a recorrente presença de 5 valores-notícia no telejornal Bom Dia Rio que também vigoravam nas redes. São eles: **tragédia/conflito**, **polêmica**, **justiça**, **governo e entretenimento**. Para chegar aos valores obtidos, foram quantificadas as pautas presentes

²⁴Sendo “*trends*” um termo em inglês com significado “tendências”.

nas 5 edições analisadas também qualitativamente nas janelas do Yin (2001), sem contabilizar suas repetições dentro de cada uma, somente sua recorrência em diferentes datas. Com o intuito de perceber a transposição das pautas da televisão para as redes, abrangendo somente palavras-chaves diretas à pauta, aferiu-se um percentual de 32% dentro do total encontrado na TV. O resultado da amostra escolhida mostra uma tendência que se apresenta de forma cada vez mais visível e merece atenção científica para clarear a compreensão da atividade televisiva que se espraia para as redes cada vez mais impactando nos modos de produção e decisão do que é noticiado, já que, de acordo com o resultado obtido, nota-se o quanto os apresentadores Flávio Fachel e Silvana Ramiro funcionam como *gatewatchers* do programa que comandam.

Atualmente, nas redes pessoais dos apresentadores, é recorrente o uso de enquetes, no *Twitter*, sobre temas diversos ou que apareceram no BDRJ. Além disso, o atual uso do *Instagram* - especialmente da Silvana - para mostrar bastidores do telejornal, com vídeos chegando no estúdio às 4h da manhã, durante os intervalos do telejornal, e até momentos mais "íntimos", como o camarim e brincadeiras da equipe, reforçando um lugar de transparência dos “sujeitos falantes” do telejornal (MACHADO, 2000).

A apresentadora Silvana Ramiro reforçou o impacto das redes sociais digitais na construção do Bom Dia Rio, e sobre suas experiências posicionadas nesse ambiente *online* transbordarem na construção do telejornal.

[...] quando a gente mãe e mulher, muita notícia de crime contra a mulher, mãe solteiras e tudo aquilo que a gente mostra todo dia, eu acho que eu tenho um posicionamento que é muito parecido com meu posicionamento na rede social, no *Instagram*. Então eu acho que sim, que ele contribui pra essa construção, pra minha imagem e forma de construção e de condução do Bom Dia Rio (RAMIRO, 2021).²⁵

O valor-notícia vinculado ao **serviço** aparece fortemente no noticiário. Apesar de não estar contemplado com esse nome e destaque na tabela da Silva (2014), torna-se relevante pontuar essa abordagem, conferindo espaço para temas ligados a esse assunto, a partir da entrevista semi-estruturada desenvolvida com a apresentadora que está à frente do noticiário.

Sem a participação do telespectador não existe Bom Dia Rio. São duas horas e meia de jornal, um jornal de muito serviço, focado na notícia que tá acontecendo pela manhã (...). Então o *Whatsapp* hoje é o que norteia o Bom Dia Rio. (...) Ele hoje é fundamental pro jornal ser dinâmico, informativo (...) Imagina se a gente fosse mandar a equipe para cada um desses lugares? Então hoje é essencial, é tão básico que a gente não consegue se ver mais sem o *Whatsapp*. (RAMIRO, 2021)²⁶.

Para além da investigação dos valores-notícia oriundos das redes sociais, o Globocop, aeronave constituída com duas câmeras (interna e externa) e equipe de reportagem que acompanha todo o telejornal, também merece uma atenção quando o

²⁵ Entrevista concedida à autora. Disponível em: <https://bit.ly/3wy8x1g>

²⁶ Entrevista concedida à autora. Disponível em: <https://bit.ly/3wy8x1g>

assunto é agendamento do noticiário. Considerando o tempo de produção de mais de duas horas no ar, o olhar atento de quem constitui a equipe do Globocop ajuda a construir e, portanto, definir o que é notícia no Bom Dia Rio. São acontecimentos normalmente vinculados ao valor-notícia serviço, já destacado aqui neste trabalho. Compreende que este não é o foco do artigo, mas é válido que seja ressaltado enquanto fenômeno de produção noticiosa ao vivo.

É nesse sentido que a revisão bibliográfica feita para a construção desse artigo ganha destaque promovendo a relevância do tema abordado. Ao analisar o telejornalismo na contemporaneidade, Becker (2016) considera as transições da atividade jornalística em telas. As fases propostas por Silva (2017) também corroboram no processo da análise. Autores clássicos sobre critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2005; SILVA 2014), epistemologia do Telejornalismo (EKSTROM, 2002; VIZEU, 2008) e investigação sobre redes (CANAVILHAS, 2010; GOULART DE ANDRADE, 2018; SATUF, 2014; JENKINS, 2008; PADILHA, 2008) ajudam na compreensão da tríade que envolve teorias do jornalismo, telejornalismo e tecnologias. Os pesquisadores mais recentes que se debruçaram a investigar sobre a pandemia (ALBUQUERQUE 2021; REIS, 2020), também ajudaram no processo de entendimento que o telejornalismo, para além das telas e das redes, foi atravessado pela maior crise sanitária do século e, ainda assim, continuou a promover produção de sentido e formação de mundo para a sociedade.

6 CONCLUSÃO

A partir da vista de 5 edições do programa Bom Dia Rio, por meio da AMA – Análise da Materialidade (COUTINHO, MATA, 2018) e dispostas nas janelas conforme o método de Estudo de Caso de Yin (2001), além da investigação das postagens dos apresentadores Flávio Fachel e Silvana Ramiro no *Instagram* e *Twitter*, foi possível identificar e sistematizar 5 valores-notícia que estruturam o desenvolvimento da cobertura jornalística, seu desdobramento e impacto nas redes, além de confirmar a presença e influência das redes sociais no telejornal. Além disso, por meio de entrevista semi-estruturada foi possível ratificar que o valor-notícia “serviço” aparece fortemente no noticiário Bom Dia Rio.

O resultado de 32% de semelhança nos temas abordados nas redes dos apresentadores e nas telas dos jornais evidencia o comportamento dos *gatewatchers*, produtores da notícia contemporânea televisiva. Os temas vinculados aos critérios de noticiabilidade tragédia/conflito, polêmica, justiça, governo e entretenimento mostram a construção social da realidade em um dos principais telejornais locais do Rio de Janeiro, mesmo diante da maior crise sanitária do século.

Espera-se que este trabalho seja uma potente ferramenta de pesquisa e funcione como inspiração para futuros trabalhos sobre temas que envolvam as teorias do jornalismo, o telejornalismo e tecnologia.

Conjugar metodologias e reflexões teóricas para o desenvolvimento deste trabalho acadêmico trouxe a certeza de que o Jornalismo em telas (ou não) permanece como uma árdua função que, de acordo com os critérios de noticiabilidade e valores-notícia, nas redes e nas telas, é cada vez mais uma atividade desafiadora e necessária em tempos tão difíceis.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, T. C.; MELLO, S. E.; REIS, M. A.; GOULART DE ANDRADE, A. P. **A cobertura da Covid-19 no Rio de Janeiro: aspectos da rotina produtiva do Telejornalismo Local.** *Ámbitos* (Sevilla), v. 1, p. 71-86, 2021.

BARBOSA, S. **A informação de proximidade no jornalismo online.** Universidade Federal da Bahia – FACOM/UFBA, 2001.

BECKER, B. **Televisão e Telejornalismo: Transições.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

CANAVILHAS, J. **Do gatekeeper ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático.** Universidad de Salamanca. II Congreso Internacional Comunicación 3.0, 2010.

CORREIA, J. **As múltiplas faces da imprensa regional portuguesa: o jornalismo regional do contexto da comunicação comunitária.** *Redes*, Santa Cruz do Sul, v. 17, n. 1, p. 5-18, abr. 2012.

COUTINHO, I. MATA, J. **Um telejornal e um método para chamar de nossos: uma reflexão sobre telas, fronteiras e modos de olhar.** FIAM-FAAM / Anhembi Morumbi – São Paulo, 2018.

COUTINHO, I. **Telejornalismo e as Redes Sociais: Como o Repórter Brasil atua junto ao Twitter e Facebook.** Universidade Federal de Juiz de Fora: XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2012, 13p.

COUTINHO, I. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de Televisão de Juiz de Fora-MG.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

COUTINHO, I; FINGER, Cristiane (org.). **Epistemologias do telejornalismo brasileiro.** Florianópolis: Insular, 2018.

DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 2000.

EKSTROM, M. **Epistemologies of TV journalism: A theoretical framework.** *Journalism*, 3(3), 259–282. Sage Publications, 2002.

GOULART DE ANDRADE, A. P. **Telejornalismo Apócrifo.** A construção da notícia com imagens amadoras e de vigilância. Florianópolis: Insular, 2018.

JENKINS, H. **Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación.** Barcelona: Paidós, 2008.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora SENAC, São Paulo, 2000.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1964.

PADILHA, S. **A cibercultura manifesta na prática do webjornalismo.** Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, PósCom-Methodista, a. 29, n. 50, p. 103-120, 2. sem. 2008.

RAMIRO, S. **Entrevista concedida à autora** em: 16 de abril de 2021

REIS, M. A.; THOMÉ, C.; SILVA, E. M.; GOULART DE ANDRADE, A.P.; MIRANDA, P. Novas funções e competências no telejornalismo regional. In: In: EMERIM, C; PEREIRA, A; COUTINHO, I. **A (Re)invenção do Telejornalismo em tempos de pandemia.** Florianópolis: Editora Insular, 2020.

SATUF, I. **A rua manda notícias: dispositivos móveis e manifestações sociais na atualização dos critérios de noticiabilidade.** Liinc em Revista, RJ, v.10, 2014

SILVA, E.M.. ALVES, Y. **Bases epistemológicas do Telejornalismo Brasileiro: do Telejornalismo Falado ao Telejornalismo Expandido.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, 2017

SILVA, G. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** In: SILVA, G.; SILVA, M. P.; FERNANDES, M. L. (Orgs.). **Crítérios de noticiabilidade – problemas e aplicações.** Florianópolis: Insular, 2014.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo – Volume I: porque as notícias são como são.** 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VALENTINI, G. IJUIM, J. **A realidade “com um parafuso a mais”: teoria construcionista x revista piauí.** Rev. Estud. Comun., Curitiba, v. 11, n. 24, p. 75-82, 2010

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo.** 5.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

VIZEU, A. **Telejornalismo: cotidiano e lugar de segurança.** v. 3 n. 1. Jornalismo e Política, 2006.

VIZEU, A.; CORREIA, J. **A construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência.** In: VIZEU, A. **A sociedade do telejornalismo.** Petrópolis: Vozes, 2008.
YIN, R. K. **Estudo de caso – planejamento e métodos.** (2Ed.). Porto Alegre: Bookman, 2001.