



FACULDADES DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA  
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO: JORNALISMO

**A FALTA DE PLURALIDADE DE FONTES NO TELEJORNALISMO  
DIÁRIO: JORNAL HOJE**

RODRIGO ENSINAS  
RA: 20386282

PROFESSORA ORIENTADORA:  
ELLIS REGINA ARAÚJO

Brasília/DF, Maio de 2007

RODRIGO ENSINAS

**A FALTA DE PLURALIDADE DE FONTES NO TELEJORNALISMO  
DIÁRIO: JORNAL HOJE**

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do curso de bacharel em Comunicação Social do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

Brasília, Maio de 2006.

RODRIGO ENSINAS

**A FALTA DE PLURALIDADE DE FONTES NO TELEJORNALISMO  
DIÁRIO: JORNAL HOJE**

Monografia apresentada como um dos requisitos para a conclusão do curso de bacharel em Comunicação Social do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília.

**BANCA EXAMINADORA:**

MEMBROS DA BANCA	ASSINATURAS
PROFESSORA ORIENTADORA: <b>ELLIS REGINA ARAÚJO</b>	
PROFESSORA CONVIDADA: <b>ROSANGELA ZORZO</b>	
PROFESSOR CONVIDADO: <b>LUIZ CLAUDIO</b>	
MENÇÃO:	

Brasília, Maio de 2006

**Rodrigo Ensinas**

**A FALTA DE PLURALIDADE DE FONTES NO  
TELEJORNALISMO DIÁRIO:  
JORNAL HOJE / Rodrigo Ensinas. Brasília: CEUB / Curso de  
Comunicação Social, 2007.  
IX, 37 p.**

Monografia – Centro Universitário de Brasília, CEUB, Curso de  
Comunicação Social, 2007.

1. Análise de conteúdo. Telejornalismo. Pluralidade. Jornal Hoje.  
Rede Globo.

## **RESUMO:**

Este trabalho tem como objetivo principal fazer a análise do perfil editorial e das fontes de notícias utilizadas pelo Jornal Hoje apresentado diariamente na Rede Globo de televisão. Para tal, foram utilizados os seguintes parâmetros: classificação temática das reportagens (governo, política, meio ambiente, entretenimento, etc), foco temático (nacional e internacional), foco noticioso (hard news e soft news), fontes utilizadas (oficiais, não oficiais e públicas), sexo das fontes (mulheres e homens) e raça das fontes (negros e brancos). A metodologia utilizada é a análise de conteúdo e a revisão da literatura para argumentação teórica. O trabalho faz um balanço do perfil jornalístico do jornal. O *corpus* da pesquisa se constitui de um mês de análise diária do Jornal Hoje, somando um total de **256** matérias, relacionadas do dia 06 de março ao dia 06 de abril de 2007. Um dos principais pontos do trabalho é explicitar e entender como a rotina na produção das notícias do jornal é elaborada, ou seja, quais os critérios de noticiabilidade e as fontes utilizadas pelo veículo. Do ponto de vista teórico, o trabalho explora o uso do *agenda-setting*, do *gatekeeping* e do *newsmaking* nas notícias relatadas pelo jornal e pelos telejornais em geral. Para entender melhor todo o processo de produção da notícia, foram feitas entrevistas com jornalistas responsáveis da TV Globo na área de telejornalismo do Rio de Janeiro e de Brasília.

**Palavras-chave:** Jornalismo, Telejornalismo, TV Globo, Jornal Hoje, Notícia, Noticiabilidade e análise de conteúdo.

## **SUMÁRIO:**

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>07</b>
------------------------	-----------

### **Capítulo 1 - AS TEORIAS DA NOTÍCIA**

1.1 Agenda-setting – A pesquisa da hipótese do agendamento.....	10
1.2 Estudos sobre os emissores: Conteúdo e rotina produtiva.....	13
1.3 Noticiabilidade e definição de pauta.....	14
1.4 Telejornalismo – Construção da pauta.....	16
1.5 A escolha das fontes de informação.....	18

### **Capítulo 2 – TELEJORNALISMO NO BRASIL**

2.1 A TV como meio de informação.....	19
2.2 O telejornalismo na Rede Globo.....	20
2.3 O Jornal Hoje.....	22

### **Capítulo 3 – METODOLOGIA, DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

3.1 Metodologia da análise.....	25
3.2 Corpus da pesquisa - Escolha do material de análise.....	28
3.3 Análise dos dados - A exploração do material.....	29
3.4 Discussão dos resultados.....	30
3.5 Conclusão.....	32

<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>34</b>
--	-----------

<b>ANEXOS.....</b>	<b>35</b>
--------------------	-----------

## **INTRODUÇÃO:**

### **Objetivo Geral:**

Este trabalho procura identificar e entender o processo utilizado na produção do conteúdo jornalístico do Jornal Hoje da Rede Globo. A pesquisa se baseia fundamentalmente na busca de informações, sobre o uso de fontes do telejornal, identificando o gênero e a raça das fontes utilizadas pela emissora de TV em seu jornal diário.

Assim, buscou-se constatar a falta de pluralidade ou não do veículo de comunicação pública, entendendo que sempre se deve prezar pela diversidade de gêneros, raça e cultura em qualquer trabalho desenvolvido e transmitido a toda nação. Com base nessas considerações, estabelecemos as seguintes comparações:

- Contribuir com o debate sobre a qualidade do material recebido pelos telespectadores do Jornal “Hoje”.
- Discutir as competências e o papel que um veículo de comunicação deve ter na mobilização de toda sociedade, já que seu conteúdo é visto por milhões de pessoas todos os dias em todo o país.
- Caracterizar a rotina do trabalho editorial do Jornal “Hoje” por meio de uma análise de conteúdo. Identificar as possíveis falhas e acertos na transmissão dos fatos noticiosos, dando uma atenção especial à forma como o veículo administra sua rotina produtiva de notícias. Verificando o grau de noticiabilidade e as fontes utilizadas pelo programa analisado.

**Objeto:**

O objeto desta pesquisa de monografia para a conclusão do curso de comunicação é o telejornal “Hoje” da Rede Globo, que vai ao ar de segunda à sábado das 13 horas e 12 minutos às 13 horas e 42 minutos, totalizando em média 30 minutos diários nas televisões brasileiras. O jornal Hoje é dividido em três blocos de notícias separadas por intervalos comerciais. O primeiro bloco é destinado as notícias chamadas no jargão jornalístico de “pesadas” (hardnews), sempre com o destaque do dia até aquele momento, podendo conter entradas ao vivo dos repórteres e correspondentes espalhados pelo Brasil. O segundo bloco do jornal é seguido por uma mescla de assuntos pesados e assuntos mais leves. E para finalizar o jornal, o terceiro bloco é destinado, quase que por inteiro à transmissão de notícias bem leves, o que caracteriza a preocupação da TV com a mudança do público do horário da manhã para o período da tarde.

**Justificativa:**

É de fundamental importância realizar uma pesquisa deste porte, para que se constate ou não o “mau” jornalismo ou a distorção da rotina de produção da notícia nos telejornais.

Como explica Guilherme Jorge de Rezende, em seu livro Telejornalismo no Brasil, a TV não é apenas mais um veículo nacional de comunicação, e sim, um instrumento que assume uma posição de única fonte de informação para muitos brasileiros.

Vários fatores contribuíram para que a TV se tornasse mais importante no Brasil do que em outros países. Destacamos alguns: “a má distribuição de renda, a concentração da propriedade das emissoras, o baixo nível educacional da população, o regime totalitário nas décadas de 1960 a 1970, a imposição de uma homogeneidade cultural e até mesmo a alta qualidade da nossa teledramaturgia.” (REZENDE, 2000, p.23).

## **Metodologia**

Este trabalho de pesquisa se baseia na análise de conteúdo de um telejornal diário pertencente a maior emissora de televisão do país, a Rede Globo de Jornalismo e televisão. Por meio desse corpus adquirido durante a coleta do material para pesquisa no período do mês de março de 2007, serão utilizados autores como Mauro Wolf e Nelson Traquina, para confrontar diretamente as teorias da notícia com a análise do conteúdo do Jornal “Hoje”.

O primeiro capítulo aborda especialmente a Teoria da Notícia em si, onde são explicados os processos pelos quais as notícias passam diariamente na sua rotina produtiva até chegar à máxima da questão: o grau de noticiabilidade utilizado na fabricação de conteúdo para um telejornal e a escolha das fontes de informação.

Já o segundo capítulo, segue a tendência de explorar os caminhos que o telejornalismo percorreu até agora na história do país, e também explorar o papel da televisão como meio de informação. O segundo capítulo também se destina a abordar o papel da Rede Globo na história da TV e, principalmente, sua história no Brasil antes e depois da ditadura militar instalada no ano de 1964.

Por fim, o trabalho analisa cuidadosamente todos os resultados da pesquisa sobre o tipo de matérias feitas e apresentadas pelo Jornal “Hoje” e coloca em evidência todos os dados obtidos na apuração do material.

## Capítulo 1 – Teorias da Notícia

### 1.1 – *Agenda-setting* – A pesquisa da hipótese do agendamento

No clássico “Teorias da Comunicação” do autor Mauro Wolf, é possível notar diferentes aspectos do processo de produção do conteúdo do material jornalístico recebido diariamente nas redações.

Para Wolf, a hipótese do *Agenda-setting* ocupa lugar de destaque para o estudo dos meios de comunicação. Esta hipótese discorre sobre as conseqüências e a ação dos veículos de comunicação.

O público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que o *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelo *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, as pessoas. (1979 apud SHAW pg.96, pg.143, 2003).

Ou seja, a hipótese do *agenda-setting* não defende que o *mass media* pretenda persuadir e sim, mostra ao público uma série de assuntos onde é necessário ter uma opinião e saber discutir sobre o caso. Para Shaw, o pressuposto fundamental do *agenda-setting* é de que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelo *mass media*. Segundo Wolf, o problema de uma continuidade entre as distorções que se geram nas fases produtivas da informação e os critérios de relevância de organização dos conhecimentos, que os consumidores dessa informação absorvem e de que se apropriam, pode distorcer a realidade ou mesmo diminuir a importância de determinado assunto.

O efeito deste mecanismo influencia diretamente os destinatários, ou os chamados receptores. Como afirma Wolf, há a “ordem do dia” dos temas, assuntos e problemas presentes na agenda do *mass media* e há a hierarquia de importância e de prioridade segundo a qual esses elementos estão dispostos na “ordem do dia”. (WOLF, 2003, p. 146).

Por um lado a teoria alcança o sucesso no processo de distribuição de conteúdo, mas por outro lado, podemos entender que ela também gera dificuldades de uma verificação mais profunda dos acontecimentos relatados.

Até aqui, de fato, manifesta-se uma curiosa contradição: em relação à hipótese do *agenda-setting* as problemáticas dos processos de mediação simbólica e dos mecanismos de construção da realidade são extremamente pertinentes, assim como é crucial todo o quadro da sociologia do conhecimento. Todavia, no conjunto de pesquisas, os vestígios dessas pertinências teóricas estão mais ou menos ausentes, assim como parece débil a consciência da utilidade de outras disciplinas, (psicologia cognitiva, semiótica textual). Assim, estamos perante um critério de análise nascido de uma matriz de tipo sociológico-politológico, que distingue problemas para os quais a complementaridade dos modelos teóricos é, de fato, indispensável, mas que, na prática da pesquisa, ainda não desenvolveu adequadamente essa consciência. (WOLF 2003, p.146).

Podemos citar como exemplo deste caso, a pesquisa de McClure e Patterson (1976) sobre a campanha presidencial americana de 1972. O trabalho comprova um importante esclarecimento que deve acrescentar-se à hipótese: para os consumidores de informação televisiva, o aumento de consumo não se traduz num maior efeito de *agenda-setting*, contrariamente ao que acontece com os grandes consumidores de informação escrita. (WOLF, 2003, p.147). A pesquisa, efetuada sobre uma amostra de 626 indivíduos, compreende uma análise de conteúdo (dos noticiários televisivos e dos jornais diários locais de três blocos de entrevistas efetuadas antes da eleição e de uma entrevista telefônica posterior a eleição), que avalia a classificação dos indivíduos de acordo com o seu grau de consumo dos *mass media* e a escala da importância que os indivíduos atribuem aos principais temas eleitorais.

A hipótese do *agenda-setting* defende que os meios de comunicação são eficientes na construção da imagem da realidade que o sujeito estrutura sobre determinados assuntos. Em contrapartida a isso, a hipótese de uma maior articulação interna do efeito do *agenda-setting* se explica pela capacidade de influência dos *mass media* sobre o conhecimento daquilo que é importante e relevante, ou seja: “Quanto menos é a experiência direta que as pessoas têm de uma determinada área temática, mais essa experiência dependerá dos *mass media* para se possuir as informações e os quadros interpretativos referentes a essa área”. (ZUCKER 1978, p.227 apud WOLF, 2003, p.155).

Para Wolf, este pressuposto implícito foi o avanço da hipótese de uma maior articulação interna do efeito de *agenda-setting*: a capacidade de influência dos *mass media* sobre o conhecimento daquilo que é importante e relevante, varia segundo os temas tratados. O período de determinação da agenda do *mass media* é também muito variável na análise de conteúdo de uma única semana a muitos meses de observação. Outros aspectos importantes, cuja determinação é ainda imprecisa, diz respeito ao intervalo de tempo a partir do qual se deve avaliar o conhecimento que o público tem ao temas demonstrados diariamente nos veículos de comunicação de todo planeta. Além disso, Wolf também aborda os três tipos de agenda do público ou, como afirmam McLeod, Becker e Byrnes (1974), três tipos de realce:

- A) A agenda intra-pessoal, o realce individual, que corresponde àquilo que o indivíduo considera serem os temas mais importantes: Trata-se de uma importância pessoal, atribuída a uma questão pela própria pessoa, de acordo com o seu sistema de prioridades;
- B) A agenda inter-pessoal, realce comunitário, ou seja, os temas sobre os quais o indivíduo fala ou discute com outros; designa, por isso, uma importância intersubjetiva, isto é, a quantidade de importância efetiva atribuída a um tema, dentro de uma rede de relações e de comunicações inter-pessoais.
- C) O terceiro tipo de agenda diz respeito à percepção que um sujeito tem do estado da opinião pública; trata-se do realce captado, ou seja, da importância que o indivíduo pensa que os outros atribuem ao tema.

Wolf evidencia que o caso mais encontrado é sem dúvida o primeiro, a agenda intra-pessoal, por ser o mais próximo da existência de um efeito causal direto entre os conhecimentos difundidos pelo *mass media* e o realce atribuído pelo indivíduo. É também o tipo de agenda mais facilmente observável com as metodologias normalmente utilizadas. (WOLF, 2003, p.177).

No livro *Técnicas de Codificação em Jornalismo, Redação, Captação e Edição do Jornal Diário*, o jornalista Mario Erbolato (1991) também realiza discussões sobre o assunto. Para o autor, a comunicação tem poder limitado na mudança de opiniões, ou seja, a imprensa não injeta no público nada que esteja em desacordo com como ele vê com seus próprios interesses.

Segundo o autor Nilson Laje (1999), os veículos agiriam, neste contexto, como determinadores de uma agenda do público (a *agenda-setting*), isto é, estabelecendo a ordem de importância dos acontecimentos e fixando termos de referência para o debate dos itens privilegiados nessa ordenação.

## 1.2 – Estudo sobre os emissores: conteúdo jornalístico e rotinas produtivas

Outro ponto de fundamental importância para o estudo das teorias da comunicação é o papel desempenhado pela teoria do *Newsmaking* e do Gatekeeper – os emissores e os processos produtivos nas comunicações de massa.

O conceito de gatekeeper, (selecionador) foi elaborado por Kurt Lewin, num estudo de 1947 sobre as dinâmicas que agem no interior dos grupos sociais. Assim, no estudo dos canais relacionados a cada tema específico, constatou-se que:

Existem neles zonas que podem funcionar como “cancela” ou como “porteiro”: o conjunto das forças, antes e depois da zona filtro, é decididamente diferente de tal forma que a passagem, ou o bloqueio, da unidade através de todo o canal, depende, em grande medida, do que acontece nas zonas filtro. Isso sucede não só com os canais de alimentação, mas também com a seqüência de uma informação, dada através dos canais comunicativos, num grupo. (1947 apud LEWIN, 2003, p.184).

Essas zonas são controladas por meio de filtros de regras do *gatekeepers*, de acordo com Wolf, e podem decidir o que poderá passar e o que não poderá passar pela “cancela” da decisão do moderador.

O mérito destes primeiros estudos foi o de individualizarem onde, em que ponto do aparelho, a ação de filtro é exercida explícita e institucionalmente. A atividade de *gatekeeping* no sentido específico de seleção; posteriormente, este tipo de pesquisa vem a conhecer suas fases centradas no papel do aparelho como instituição social e uma abordagem sistemática. Por outras palavras, o caráter individual da atividade do gatekeeper é ultrapassado, acentuando-se, em particular, a idéia da seleção como processo hierarquicamente ordenado e ligado a uma rede complexa de *feed-back*. (WOLF, 2003, p.185).

O *gatekeeping* nos *mass media* inclui todas as formas de controle da informação. Em sua obra Wolf recorre a Golding e Elliott para explicar a manipulação do conteúdo:

O conceito de manipulação implica uma posição de equilíbrio, da qual as notícias podem ser subtraídas devido à influência de preconceitos, de conspiração ou aqueles que possuem o poder político e comercial. Tal noção possui dois limites que são decisivos. Um é a impossibilidade de definir onde se situa, na realidade, essa posição de equilíbrio. O outro associa-se à tentação de assumir que se essas várias influências pudessem ser removidas e se os jornalistas pudessem ser libertados dos vínculos que os ligam, a autonomia profissional garantiria uma imparcialidade incorrupta e uma informação integral. O tipo de pesquisa apresentado neste capítulo destina-se a ilustrar como o profissionalismo, com os seus valores e a suas rotinas, acrescenta importantes restrições à informação produzida. (1979 apud GOLDING – ELLIOTT, 2003, p.189).

### **1.3 – Noticiabilidade e definição de pauta**

Para Wolf, nem todos os acontecimentos podem ser notícia. É imprescindível preencher os requisitos necessários a partir da importância e do interesse da notícia. A definição do que é importante e interessante para ser noticiado passa pelo reconhecimento de variáveis que delimitam essa natureza, os valores/notícia.

O objetivo principal dos órgãos da imprensa, principalmente os jornais televisivos, é o de fornecer o relato de fatos que interessam aos seus receptores. O mundo cotidiano é abastecido de acontecimentos a todo o momento e são nesses acontecimentos que os órgãos noticiosos devem se basear. A seleção, de acordo com Wolf implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registro.

Diante disso, fica nítido que os veículos têm a característica de realizar este trabalho, pelo fato da quantidade de fatos acontecendo no mundo a todo minuto.

Wolf explica que os órgãos de informação, para produzirem notícias, devem cumprir três obrigações:

- 1) Devem tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido, inclusive os que são excepcionais como acontecimentos notáveis;
- 2) Devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrásico;
- 3) Devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam fluir e ser trabalhados de uma forma planificada.

Estas obrigações estão relacionadas entre si. (TUCHMAN , 1977, p.45 apud WOLF, 2003, p.195).

Neste quadro, a ligação entre características da organização do trabalho nos órgãos de comunicação de massa e elementos da cultura profissional, é absolutamente estreita e vinculativa, o que define, precisamente, o conjunto de características que os acontecimentos devem possuir (ou apresentar aos olhos dos jornalistas) para poderem ser transformados em notícias, conforme explica Wolf.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a resistência pública de notícias. Tudo que não corresponde a esses requisitos é excluído, por não ser adequado as rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. (WOLF, 2003, p.195 e 196).

Portanto é certo dizer que a noticiabilidade está estreitamente relacionada com os processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas. Podemos então concluir também que o gatekeeper é uma teoria que está diretamente ligada à ação pessoal e à rotina dos jornalistas, dando poder ao profissional em decidir o que será levado aos receptores e o que não será veiculado. Com o passar dos anos, a teoria do gatekeeper foi perdendo força para dar espaço a paradigmas, como o da construção social da realidade. Hoje, as decisões do gatekeeper estão mais influenciadas por critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e principalmente pela velocidade que o trabalho jornalístico adquiriu na metade do século XX até os dias hoje.

Já com relação da teoria do *newsmaking* temos que partir da premissa que a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. O jornalismo é a construção social de uma suposta realidade, que está em constante processo de transformação.

Na teoria do *newsmaking*, devemos prestar atenção e levar em consideração critérios como noticiabilidade, valores-notícias, constrangimentos organizacionais, construção da audiência e rotinas de produção. A teoria se preocupa principalmente com o modelo produtivo responsável pela geração da notícia.

Para Wolf, a teoria articula-se em três vertentes principais: a cultura profissional do jornalista, a organização do trabalho e os processos produtivos. Com isso chegamos a uma simples conclusão de que a produção da notícia é planejada

como uma rotina industrial, e assim, o jornalista deixa de ser um participante ativo na construção da realidade, submetendo-se ao planejamento produtivo de sua empresa.

Wolf também faz o destaque das práticas utilizadas nessa teoria. Dentre elas se destacam as seguintes:

- A) Noticiabilidade: critérios que escolhem, entre inúmeros fatos, uma quantidade limitada de notícias.
- B) Sistematização: rotina de divisão das ações que envolvem a pauta, a reportagem e a edição.
- C) Valores-notícia: senso comum das redações. Qualquer jornalista sabe dizer o que é notícia e o que não é de acordo com o senso comum.

#### **1.4 – Telejornalismo, noticiabilidade e construção de pauta**

O autor Mauro Wolf, explica que a presença de modelos e valores profissionais partilhados e estreitamente ligados aos procedimentos rotineiros, é um aspecto essencial que se verifica igualmente nas análises da produção de comunicação de massa fora da informação diária. No setor dos programas jornalísticos de atualidades, por exemplo, observa-se também uma distorção involuntária análoga à da noticiabilidade.

As pesquisas sobre o conteúdo dos telejornais revelam como eles (mas não apenas eles) se diferenciam pela fragmentação da imagem da sociedade, mediante a [...] justa posição de acontecimentos-notícias, cada um dos quais é apresentado como auto-suficiente, não explicado por outros acontecimentos-notícias nem explicando nenhum outro acontecimento-notícia [...]; ao nível de telejornais inteiros não se pode encontrar nenhuma outra organização latente a não ser aquela que se pode descrever como movimento desde uma imagem fragmentada da sociedade até à sua recomposição através da homogeneidade dos interesses e da representação política. (1975 apud ROSITI, 2003 p. 198).

Segundo Mário Erbolato (1981), os critérios mais comuns como definidores de uma notícia são: raridade, exclusividade, proximidade, interesses humanos, veracidade, entre outros. Ou seja, para poder virar notícia, um fato social precisa

conter as características citadas como ponto de partida. A partir daí, esse fato passa a sofrer a influência de diversos fatores citados acima. É evidente que esses critérios são puramente técnicos, não considerando influências ideológicas inerentes a qualquer processo de seleção humana.

Já para Mauro Wolf, os critérios de noticiabilidade estão diretamente relacionados a processos de rotina das práticas produtivas dos meios de comunicação e não exclusivamente com as características do fato social.

Definida a noticiabilidade como o conjunto de elementos por meio do qual o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que selecionar as notícias e definir os valores/notícia (*news-values*), como um componente de noticiabilidade. Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (WOLF, 2002, p.202).

A definição do que é acontecimento para o jornal já está estabelecida na pauta, etapa do processo que detém o poder catalisador dos fatos a serem apresentados podendo excluí-los ou deixá-los em evidência no dia. A noticiabilidade, portanto, é constituída pelos critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de imprensa enfrentam a tarefa de escolher as notícias. (WOLF, 2003, p. 182).

Esta pesquisa parte do pressuposto de que os fatos noticiados no Jornal Hoje da rede Globo de comunicação, são veiculados a partir de critérios pré-estabelecidos de noticiabilidade garantidos pelo critério principal do valor-notícia. A partir do momento que o fato chega até a redação, automaticamente ele passa pelos filtros impostos pela rotina e pelo trabalho jornalístico do órgão noticioso. O primeiro filtro é a pauta recebida pelo profissional antes de iniciar o trabalho propriamente dito, que irá difundir os fatos que serão coletados e principalmente o ângulo que cada matéria terá quando chegar até o receptor propriamente dito.

Podemos dizer que o *newsmaking* é a busca de entender, através do estudo das rotinas produtivas dos jornais ou telejornais, o conceito de jornalismo, da importância da noticiabilidade. A teoria de *newsmaking* mostra as diversas formas que as empresas jornalísticas desenvolveram para cobrir uma determinada parte da realidade.

## 1.5 – A escolha das fontes

A imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. Esse pressuposto está incluso na teoria do *newsmaking*, já que é o profissional de jornalismo que irá dar a interpretação correta dos fatos fornecidos por suas fontes ou não.

Na produção de informações de massa, temos, portanto, por um lado, a cultura profissional, entendida como «um inextricável emaranhado de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções dos *mass media* e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que superintendem à sua confecção. A ideologia traduz-se, pois, numa série de paradigmas e de práticas profissionais adaptadas como naturais» (WOLF, 2003, p. 206).

As fontes de informação exercem um papel essencial na produção jornalística, portanto, a escolha das fontes acaba se tornando uma das partes mais importantes da rotina jornalística. Podemos então concluir que apesar de estarem presentes em todas as fases da produção informativa os valores/notícia não assumem graus de relevância iguais entre si. Cada notícia está junta de um caráter singular e como tal, todas requerem uma avaliação da disponibilidade e credibilidade, da importância ou do interesse dos acontecimentos. Os valores/notícia só ganham forma quando aplicados na realidade, ou seja, no desenrolar da produção informativa onde contribuem para rotinização do processo.

Nesse processo industrial até mesmo a escolha das fontes, que é uma fase da rotina produtiva, induz a cobertura para um jornalismo pautado em declarações, chamado de jornalismo declaratório.

## Capítulo 2 - Telejornalismo no Brasil

### 2.1 – A TV como meio de informação

A televisão desde o seu surgimento em nosso planeta sempre exerceu um papel de grande importância para as sociedades globais. Em qualquer lugar do planeta, a televisão ocupa um lugar privilegiado nos meios de comunicação. Isto é que o que Guilherme Jorge de Resende (2000) expõe brilhantemente em seu trabalho, *Telejornalismo no Brasil*, um perfil editorial. Além de abordar o papel que o veículo possui no mundo, Resende afirma que em outros países a televisão ainda concorre com outros meios de comunicação com mais vigor. O exemplo disso é a concorrência com a internet em países mais evoluídos tecnologicamente como os Estados Unidos e alguns países da Europa. Mais o que chama mais atenção na argumentação de Resende, é o fato de ele afirmar que no Brasil, a TV passou a ser não apenas um veículo de comunicação como no resto do mundo e sim uma condição única no recebimento de informações e principalmente entretenimento. (REZENDE, 2000, p.15).

Vários fatores contribuíram para que a TV se tornasse mais importante no Brasil do que em outros países: a má distribuição da renda, a concentração na propriedade das emissoras, o baixo nível educacional, o regime totalitário das décadas de 60 e 70, a imposição de uma homogeneidade cultural e até mesmo a alta qualidade de nossa dramaturgia. (REZENDE, 2000, p.23).

A partir de 1963, o telejornalismo no Brasil faz parte da programação da TV brasileira cumprindo uma determinação legal da justiça. O decreto de Lei 52.795 de 31 de outubro de 1963 obriga que as emissoras de TV de todo o país, dediquem cinco por cento de seu horário da programação diária para o serviço noticioso. Para a autora Olga Curado, o telejornal, programa de notícia (revistas eletrônicas, ex. Fantástico), ou os noticiários estão no ar com a missão fundamental de oferecer esclarecimentos sobre qualquer fato relevante a sociedade. “O limite do telejornalismo é a verdade”. (CURADO, 2002, p.17).

No Brasil, o primeiro telejornal criado chamava-se *Imagens do Dia*. O programa foi ao ar pela primeira vez no dia 20 de setembro de 1950, sendo transmitido pela já extinta rede de televisão, TV Tupi. Só a partir deste momento então é que podemos afirmar que o telejornalismo no Brasil começou a funcionar, o que retrata também a afirmação de Rezende, que a década de 60 foi marcada pela evolução do telejornalismo brasileiro.

O símbolo dessa mudança foi o Jornal de Vanguarda, na TV Excelsior, a partir de 1962. A qualidade jornalística deste noticiário causou um impacto enorme pela originalidade de sua estrutura e forma de apresentação distinta de todos os demais informativos. O jornal de Vanguarda, além de prestígio no Brasil, obteve reconhecimento no exterior. Recebeu na Espanha, em 1963, o prêmio Ondas, como melhor telejornal do mundo e foi utilizado por McLuhan – um dos teóricos da comunicação de maior projeção – em suas aulas sobre comunicação. (REZENDE, 2000, p. 107).

O Vanguarda então dá o pontapé inicial para a criação de outros telejornais, como por exemplo, o também famoso Repórter Esso. O Repórter Esso foi um noticiário histórico do rádio e da televisão brasileiros. Foi o primeiro noticiário de radiojornalismo do Brasil. Esse programa radiofônico, que depois passou a ser televisionado, era patrocinado por uma empresa norte-americana chamada "Esso Brasileira de Petróleo". A primeira transmissão do programa se deu no dia 28 de agosto de 1941 com a seguinte notícia de chamada: "Os japoneses atacam a base americana de Pearl Harbor". O Repórter Esso se especializou em divulgar principalmente notícias ligadas ao modo de vida norte-americana.

## **2.2 – O telejornalismo na Rede Globo de Televisão**

Apesar destes grandes avanços das comunicações no país, principalmente no telejornalismo, aquela velha máxima volta a ser dita: o que é bom dura pouco...

Após o golpe militar de 1964 muitos jornais mudaram seu estilo e outros até mesmo foram extintos pelo militarismo. A televisão brasileira fecha então a década de 1960 com uma nova fase no telejornalismo, especialmente na Rede Globo de Televisão.

Essa nova fase é marcada então pelo lançamento, no fim de 1969, do Jornal Nacional. No mesmo ano finda o Repórter Esso. Enquanto o Esso tinha domínio quase que total dos espectadores da época, o Jornal Nacional transmitido simultaneamente para quase todas as capitais arrebatou o posto de telejornal mais visto do país.

De acordo com Rezende, é inegável que a TV é o principal veículo de comunicação de massa brasileiro. E o esclarecimento desta máxima para o autor encontra-se na tese de que o “meio é a mensagem”, na qual o especialista em mídia McLuhan, relevava o papel da forma e da técnica em detrimento à função desempenhada pelo conteúdo das mensagens.

A partir da década de 70 a TV então muda sua característica e passa por um desenvolvimento tecnológico. É claro que temos que lembrar que foram poucas ou apenas uma só, as empresas de comunicação que atingiram o auge da tecnologia da época em transmissão e produção de conteúdo, como por exemplo, a já consagrada mundialmente Rede Globo de comunicação, como o próprio Rezende explica:

Durante a fase de censura mais aguda, o telejornalismo, sobretudo o praticado pela Rede Globo, líder de audiência, acabou se afastando da realidade brasileira. Despolitizada, a emissora encontrava nos programas de entretenimento o atalho para se aproximar efetivamente de sua audiência. (REZENDE, 2000, p.115).

Mais um ponto importante para entender a relação do público brasileiro com a televisão e o seu papel de muito entretenimento e pouco esclarecimento.

Foi nesta mesma década que a Rede Globo lançou outros telejornais que hoje continuam fazendo sucesso assim como o Jornal Nacional. Entre eles estão o Jornal Hoje, exibido sempre na hora do almoço, o Jornal da Globo, exibido sempre no final da noite parecendo uma segunda edição do Jornal Nacional, o Globo Repórter, exibido todas as sextas-feiras sempre com um aprofundamento sobre uma questão determinada, e o Globo Rural, um telejornalismo voltado aos produtores rurais de todo Brasil e que vai ao ar de segunda a sexta-feira logo no começo da manhã.

Já na década de 80, os aspectos econômicos e principalmente políticos alteram novamente a cara do telejornalismo nacional, principalmente o telejornalismo da Rede Globo. Foi em 1982 que o então presidente Ernesto Geisel proíbe a

veiculação da notícia sobre as manifestações que estavam ocorrendo na época em favor das eleições diretas para presidente da república. Na ocasião, a Rede Globo teve a coragem de mostrar que a manifestação que estava ocorrendo era em comemoração ao aniversário da cidade de São Paulo e não a favor das diretas, já ao passo que todas as outras emissoras noticiavam o que realmente estava acontecendo na Praça da Sé, deixando de ser influenciadas pelo regime totalitário da época. Outro exemplo do estilo de comunicação desempenhada pela Rede Globo na época, foi sem dúvida, o caso mais gritante de manipulação das informações já visto no Brasil. Na época a emissora editou o debate político entre o então presidente eleito Fernando Collor de Melo e o concorrente derrotado nas urnas Luiz Inácio Lula da Silva.

Para o jornalista Eugênio Bucci, “a ascensão de Collor funcionou como uma grande telenovela, desde o nascimento do personagem jovial, vitorioso, empreendedor e galã, até a sua decadência, metido em corrupção”. (BUCCI apud REZENDE, 1996, p.146).

O que vimos então depois do regime militar no país, foi uma mudança radical na maneira de noticiar os fatos pela maior emissora do Brasil, a Globo. Apesar ainda de sempre manter os interesses das classes dominantes do país, a Rede Globo agora se preocupa em não deixar que sua imagem seja manchada mais uma vez agora no século XXI.

### **2.3 – O Jornal Hoje**

Pode-se dizer que a fórmula adotada no telejornal “Hoje” trouxe diferentes e inovadoras conseqüências. O olhar feminino sobre o noticiário, que teve como apresentadoras Sônia Maria, Ligia Maria e Márcia Mendes, seria o ponto de partida para um novo tipo de telejornalismo na TV. O novo jeito de entrevistar que o veículo adotou, com a “invasão” à casa do artista, influenciou e sugeriu a criação de quadros como os vistos hoje em dia no Vídeo Show, por exemplo. Foi também no Jornal “Hoje” que apareceram pela primeira vez repórteres sem gravata e com cabelos compridos, inovando a maneira de se fazer um telejornal no país.

O jornal Hoje sempre foi bancado na mídia como um programa de estilo inovador para a época:

Dono de um estilo inovador, o Hoje contava com a delicadeza e a suavidade das crônicas de Rubem Braga, que relatavam de maneira especial as peculiaridades do cotidiano brasileiro. Trazia a versatilidade de Nelson Motta, que mostrava as novidades e as tendências de vários ritmos musicais. E dava espaço ao olhar atento de Rubens Ewaldo Filho, que deixava o telespectador em dia com as produções exibidas nas telas do cinema. (HOJE, Jornal. Disponível em: <<http://ww.globo.com/joralhoje>>. Acesso em: 26 mar 2007).

O Jornal Hoje é um dos mais antigos telejornais da Rede Globo. Entrou no ar pela primeira vez em 21 de abril de 1971.

Léo Batista e Luís Jatobá foram os primeiros apresentadores do JH, que nasceu como uma revista diária, com matérias sobre arte, espetáculos e entrevistas. Inicialmente era restrito ao Rio de Janeiro, de onde herdou o horário do extinto Show da Cidade. Em 03 de junho de 1974, o Jornal Hoje passou a ser exibido em todo o território nacional. Telespectadores de todo o Brasil passaram a assistir a sessão de moda de Cristina Franco, a conhecer as previsões dos astrólogos para o dia, a aprender deliciosas receitas e a estar informados sobre os principais fatos do País e do mundo. (HOJE, Jornal. Disponível em: <<http://ww.globo.com/joralhoje>>. Acesso em: 26 mar 2007).

O “Hoje” sempre se preocupou em inovar no cenário de telejornalismo brasileiro. Em 1991, o telejornal, apresentado por Valéria Monteiro e Márcia Peltier, sofreu mudanças em seu formato.

Cristina Franco passou a apresentar também o quadro Você, no qual mostrava especialistas que falavam a respeito de beleza. Outra modificação foi a criação de um bloco de cultura, com Maurício Kubrusly trazendo os lançamentos de cinema e shows. E a correspondente, Beth Lima, direto de Londres, fazia entrevistas com personalidades de diversos países. (HOJE, Jornal. Disponível em: <<http://ww.globo.com/joralhoje>>. Acesso em: 26 mar 2007).

Uma nova linguagem então foi criada e anexada a vida de todos os brasileiros. O formato de revista do jornal continuou a atrair a audiência no horário. Sandra Annenberg, que hoje é a editora do jornal, passou a apresentar o Jornal Hoje em 1998, ainda no Rio de Janeiro. O telejornal a partir de 1999 muda de endereço e começa a ser transmitido dos novos estúdios da Rede Globo localizado na cidade de São Paulo.

Em janeiro de 2003, começa outro capítulo: com apresentação de Carlos Nascimento e Sandra Annenberg, o JH muda a linguagem e o conteúdo para resgatar sua vocação, que é de um telejornal-revista. Assim, voltam as entrevistas especiais, gravadas e ao vivo; os grandes temas de comportamento humano, social e ético ganham destaque, bem como as reportagens sobre arte e cultura em todo o Brasil; e a linguagem se torna cada vez mais coloquial, sem perder a seriedade e a credibilidade. (HOJE, Jornal. Disponível em: <<http://www.globo.com/jorvalhoje>>. Acesso em: 26 mar 2007).

Uma nova mudança na apresentação do Jornal Hoje acontece em fevereiro de 2004 quando o então apresentador do tempo Evaristo Costa, passa a ser o par de Sandra Annenberg na apresentação, chegando aos tempos atuais sem nenhuma mudança editorial na apresentação dos fatos.

## Capítulo 3 - METODOLOGIA, DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 3.1 – Metodologia da análise

A metodologia utilizada para a construção da pesquisa sobre o Jornal Hoje é a análise de conteúdo. Segundo Laurence Bardin, a análise de conteúdo pode ser entendida como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977 p.42).

Do ponto de vista analítico instrumental, este conceito foi fundamental para a compreensão dos dados fornecidos nas entrevistas e matérias veiculadas no Jornal Hoje.

Portanto, a análise de conteúdo vai permitir explicitar e sistematizar o conteúdo das mensagens e a expressão deste conteúdo, a partir de um conjunto de técnicas parciais e complementares, fazendo uma análise profunda do tempo e a importância dada a cada matéria explicitada no Jornal Hoje diariamente.

As matérias selecionadas dentro deste mês de pesquisa foram as notícias *hardnews* (notícias duras) e *softnews* (notícias leves), com o principal objetivo de constatar qual o tipo de cobertura que prevalece dia-a-dia no Jornal Hoje. Todas as notícias foram catalogadas e divididas pelos seus temas, como por exemplo: notícias do Brasil, do mundo, sobre economia, violência, entretenimento, institucional e etc.

No livro Teorias da Comunicação, o autor Mauro Wolf deixa bem claro que o consumo do material disposto todos os dias na TV é tipicamente motivado pelo desejo de estar entretido. No Brasil, o papel da TV também segue esta tendência, embora seja também uma importante fonte de notícias ao povo brasileiro, pois de acordo com o autor, ela provoca efeitos sobre o conhecimento e sobre o comportamento dos indivíduos.

Grande parte da programação da TV é consumida como <<Televisão>> e não devido a qualquer programa em especial. Mesmo quando um espectador afirma sentir-se atraído por um determinado programa, dificilmente isto se deve aos méritos de um simples episódio, mas, muitas vezes, fica a dever-se à seleção de um exemplo agradável de um gênero específico que o satisfaz. (WOLF, 2003, p.31).

Diante deste argumento, Wolf afirma também que os espectadores não decidem ver um programa em especial, pelo contrário, eles partem em tomar dois tipos de decisão: a primeira é se vão ou não ver a televisão e a segunda é a decisão do que irão assistir.

O estudo de caso do veículo Jornal Hoje é fruto de uma análise de observação direta do produto final colocado à disposição do público todos os dias, o jornal em si, sem esquecer do trabalho de investigação na análise de conteúdo do programa.

A coleta dos dados para a pesquisa (de gravação de todas as notícias descritas no Hoje por um mês), foi realizada em uma fase contínua apenas.

Após a definição do caminho a ser percorrido na pesquisa, o primeiro passo foi reunir todo material constituído em um mês de pesquisa para se constituir o *corpus* do trabalho. No livro Comunicação de Massa – Análise de Conteúdo, o autor Albert Kientz deixa bem claro que a maioria das pesquisas que tratam de conteúdo de mídia, desafia toda e qualquer análise analítica mais profunda, pois a quantidade de mensagens levantadas é tão variada, que o pesquisador é obrigado a fazer uma escolha para análise. “Não podendo se retirar tudo, retirará uma amostra. O valor da análise pode depender da ‘representatividade’ da amostra”. (KIENTZ, 1973, p.162).

A análise de conteúdo utilizada neste trabalho busca primordialmente o conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. A intenção desta análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção, como no caso das matérias do Jornal Hoje, onde a inferência recorre a indicadores quantitativos ligando aos números de fontes de pessoas do sexo feminino e da raça negra no telejornal.

Neste caso, podemos dizer que esta análise tem o objetivo central de definir um “conjunto de técnicas de análise das comunicações”, que aposta grandemente no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade de seu objeto

na pesquisa. Mais precisamente o foco da pesquisa se concentrou no baixo número de fontes de pessoas da raça negra e do sexo feminino apresentadas pelo Jornal Hoje, o que acaba demonstrando o alto nível de preconceito existente na televisão brasileira.

Todas as respostas obtidas foram interpretadas individualmente, utilizando-se a técnica de análise categorial, que se baseia na decodificação de um texto em diversos elementos (unidades de registro), os quais são classificados e formam agrupamentos (BARDIN, 1977). O critério de seleção das unidades de registros foi por tema (análise temática). A análise temática visa identificar quais e quantas matérias apresentam maior incidência de pessoas da raça negra e do sexo feminino como fontes. Bardin (1977) define como regra de enumeração o modo de contagem das unidades de registros. Nesta análise, optou-se pela regra de frequência, aceitando o postulado de que “a importância de uma unidade de registro aumenta com a frequência de aparição” (BARDIN, 1977). Neste caso, por exemplo, a aparição de fontes de pessoas da raça negra ocorrem com maior frequência em matérias relacionadas a violência, tráfico de drogas e confronto com a polícia, já nas matérias com maior incidência de pessoas do sexo feminino, as editorias de comportamento e *fait-divers* contém maior incidência de aparição.

Por fim, Bardin atenta para as diferentes fases da análise de conteúdo, tal como o inquérito sociológico ou a experimentação, que para o autor, organizam-se em torno de três pólos cronológicos:

- A-) a pré-análise;
- B-) a exploração do material;
- C-) o tratamento dos resultados.

Porém, o interesse desta pesquisa não se restringe à descrição do conteúdo em si do telejornal. Mas sim, deseja-se inferir sobre o todo da comunicação e mostrar a realidade do processo no uso das fontes de informação retratadas diariamente pelo veículo.

### 3.2 – Corpus da Pesquisa - Escolha do material de análise

A audiência alcançada pela Rede Globo de Televisão diariamente é algo assustador. Com nas palavras do escritor Romero da Costa Machado, em um artigo sobre a maior emissora de televisão do país no site Fazendo Média, podemos ter uma idéia da situação.

Houve uma época no Rio de Janeiro em que se fazia, com freqüência e regularidade, um "black out" (corte de luz ou racionamento), por motivos de economia de energia elétrica. E o mais interessante é que durante o período de "black out", sem luz alguma, com todos os televisores desligados, obviamente, a Globo apresentava um Ibope de 32 pontos. (FAZENDOMEDIA. Disponível em: <<http://www.fazendomedia.com/globo40/romero26.htm>>. Acesso em: 26 mar 2007)

Diante desses fatos, senti a necessidade de fazer um estudo direcionado a um programa da emissora. A escolha do Jornal "Hoje" foi feito por meio do argumento de que é o telejornal mais visto durante o horário de almoço de praticamente todos os brasileiros e também pela importância histórica, já que o telejornal está para completar 37 anos em 2007.

A hipótese mais pertinente é a de que o Jornal "Hoje" estaria fabricando um tipo de telejornal fora dos princípios fundamentais e direcionamento de uso de fontes de pessoas da raça negra e do sexo feminino em editorias e matérias direcionadas como as de violência para os negros e *fait-divers* para as mulheres.

Portanto, com certeza, o objetivo principal desta pesquisa foi o de constatar a falta de pluralidade deste veículo de comunicação, contrapondo outro fator problemático que é, sem dúvida, o preconceito inserido nas matérias veiculadas.

O tempo de coleta de dados para a pesquisa se definiu pelo mês de Março do ano de 2007, pelo simples fato de que o Jornal Hoje dificilmente mudaria suas características editoriais em curto prazo, o que não influiria nos resultados obtidos.

Assim o corpus da pesquisa foi definido e estudado para a apresentação dos dados descobertos diante deste caso.

### 3.3 – Análise dos dados - A exploração do material

A pesquisa se baseou na coleta de dados de quatro semanas das matérias exibidas pelo Hoje. Foram coletadas um total de 256 matérias relacionadas às editoriais de política, internacional, variedades, economia, esporte e entretenimento, religião entre outras.

Fundamentalmente pode se constatar que, deste total de matérias exibidas, apenas 13,6% tinham pessoas da raça negra utilizadas como fontes de informação. Este número corresponde apenas 35 matérias do total apresentadas durante um mês. O que se repete com as matérias que utilizaram fontes de pessoas do sexo feminino, que corresponde a 26,9% de aparições e totalizam 69 matérias exibidas ao longo do mês de Março.

Outro ponto fundamental da pesquisa foi a constatação de que apenas 21,7% das matérias apresentadas colocavam a mulher em um papel de protagonista (fonte principal de informação), enquanto as pessoas da raça negra aparecem com 57,1% de aparição. Isto se explica pelo fato de pessoas da raça negra aparecerem fundamentalmente em matérias vinculadas à violência, principalmente as matérias sobre balas perdidas. Do total de 35 matérias com a utilização de negros como fontes de informação, vinte e uma delas são da editoria de violência. O que demonstra a colocação e uso de pessoas da raça negra em uma maioria esmagadora de notícias negativas.

Já com relação às mulheres, o caso é diferente. O papel assumido de protagonista das matérias é sempre encaixado em assuntos ligados a comportamento e *fait-divers*. Como por exemplo, matérias ligadas a filhos, moda e estilo de vida. No total de 69 aparições de mulheres como fontes, quarenta e sete são ligadas aos temas citados acima.

Na conferência mundial sobre as mulheres, realizada em Pequim, em 1995, foi aprovada uma plataforma de ação voltada para a potencialização da mulher na sociedade. No documento, aponta-se a necessidade de aumentar o acesso das mulheres aos meios de comunicação e promover uma imagem equilibrada e não estereotipada da mulher. Isto porque, um estudo realizado pela Unesco (Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura), em 30 países, constatou que os meios de comunicação de massa apresentam uma imagem estereotipada e distorcida da mulher. (VITÓRIA, 2001 p. 171)

Com isso é fácil constatar, são significativas as diferenças na aparição de homens e mulheres e de negros e brancos nas matérias assinadas pelo Jornal “Hoje”. No caso de gênero, as notícias “mais importantes” ficam a cargo da transmissão dos homens enquanto as notícias consideradas “menos importantes” ficam a cargo das mulheres.

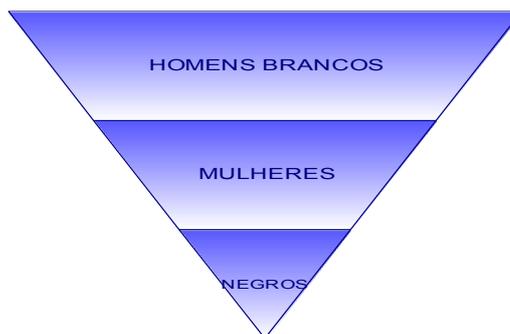
O estudo da notícia, neste caso, é uma das maneiras de analisar as ideologias em atuação na mídia, já que o principal produto do jornalismo está sujeito a filtros ideológicos e pode ser usado na crítica sistemática feita pelos meios de comunicação. Para Wolf, os valores-notícia principais seriam o interesse e a importância da notícia (2003, p.208 e 213). A importância de um fato está, segundo ele, ligada a quatro valores: 1) Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; 2) Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; 3) Quantidade de pessoas que o acontecimento (de fato ou potencialmente) envolve; 4) Relevância e o significado do acontecimento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação.

Porém, para o Jornal Hoje as classes oprimidas continuam a ficar sem o espaço devido na programação. Foram analisadas essencialmente as notícias ligadas a contextos políticos e econômicos, diante da importância destes assuntos a toda sociedade. Das notícias de contexto político, ficou demonstrado que, de um total de 86 matérias exibidas no mês de Março, apenas 25% delas continham pessoas negras como fontes, já a porcentagem de mulheres como fontes é menos ainda batendo a casa de 18% de aparição na editoria de política. Com o caso da editoria de assuntos econômicos, a situação se repete. Das 57 matérias de economia pesquisadas, apenas 33,3% delas contém pessoas da raça negra utilizadas como fontes contra 22% de fontes do sexo feminino. Também é importante lembrar que as matérias de política e economia apresentadas correspondem a um total de 143 produções audiovisuais, o que também corresponde ao total de 55% de todas as matérias exibidas durante o mês da pesquisa.

### **3.4 – Discussão dos resultados**

Notamos, facilmente, o estilo editorial adotado pelo telejornal, que se define em uma pirâmide inversa. A base da pirâmide fica para cima e demonstra que a maioria das fontes utilizadas pelo Hoje são essencialmente pessoas do sexo

masculino e da raça branca, enquanto o meio e o fim da pirâmide, que estão virados para baixo, concentram a minoria de pessoas do sexo feminino e da raça negra, como demonstrado na figura a seguir:



Com isso, constatamos também que valores preconceituosos ainda predominam na sociedade brasileira e se refletem diariamente, na televisão do país. Mesmo com as tentativas da emissora de promover os excluídos socialmente, com a introdução de núcleos de pessoas negras em novelas, a Rede Globo não atende os padrões mínimos para a escolha de fontes para a produção da notícia. Destacamos a tese da autora Hellen de Paula Pacheco em seu texto denominado a Representatividade da Imagem do Negro nos meios de Comunicação:

Os negros mal aparecem em comerciais de TV, mas quando isso acontece são mostrados em papéis secundários, alguns ainda relacionados à “boa empregada”, ou ao “serviçal obediente”, ou “mulher objeto, mulher sensual, mulher fogosa”, ou “homem fetiche”. (PACHECO, 2005 p.6)

Diante de tais afirmações, as conclusões da pesquisa se tornam cada vez mais alarmantes. Até quando o jornalismo brasileiro irá utilizar desta forma para a apresentação dos fatos noticiosos? E o Estado brasileiro tem culpa nesta história também?

Com certeza, mais perguntas rondam o caso e por isso a pesquisa necessita de mais empenho e dedicação na apuração dos fatos. Outra questão fundamental é, sem dúvida, a manutenção do monopólio comunicativo no Brasil, fator que poderia estar influenciando negativamente nesta questão. Cada vez mais estes problemas

devem ser anunciados a sociedade, alertando a população quanto à programação saudável ou a imprópria, do país.

Sem dúvida, o contraste social ainda existe no Brasil, assim como afirma Pacheco (2006), o estado por meio de projetos de leis tenta diminuir o impacto deste problema na sociedade civil brasileira:

Uma destas intenções é o projeto de Lei Nº. 4370/98 do Deputado Paulo Paim (PT-RS), que define a cota de 25% de presença obrigatória de negros e afros descendentes em atração na TV, filmes e peça e, em peças publicitárias a exigência aumenta para 40%. (PACHECO, 2006 p.10)

Mesmo assim, percebemos com exatidão, após a análise dos fatos, que as pessoas da raça negra são utilizadas no telejornal Hoje em menos de 15% do total de fontes de todo conteúdo produzido pela emissora, durante um mês. A falta de pluralidade na questão é nítida. A falta de pessoas de grupos sociais excluídos socialmente reflete também na ausência de democracia e na fragilidade do modelo hegemônico atual de incluir todo e qualquer cidadão na discussão sobre a esfera pública.

Durante muito tempo, acreditou-se na inferioridade dos negros aos brancos, com relação a sua estética, comportamento, cultura, economia e política. Essa imagem estereotipada possibilitou, a esse grupo étnico, o desenvolvimento da baixa estima. Sem referência positiva a sua imagem, o negro começou a abdicar de sua raça, sua cultura, seus valores, iniciando um processo de branqueamento cultural, estético e comportamental. (PACHECO, 2006 p.11)

### **3.5 – Conclusão**

É importante ressaltar que este trabalho tem o objetivo de ser apresentado em meios de comunicação alternativos, como o Centro de Mídia Independente, no intuito de estimular o movimento de estudo dos emissores. Nesta pesquisa, o ponto fundamental para a conclusão dos resultados, é sem dúvida, a observação fiel e crítica do telejornal diário (Jornal Hoje), no período pré-determinado. A realidade encontrada na apresentação do jornal, no mês de Março de 2007, é no mínimo estranha. A falta de diversidade de fontes utilizadas pelo telejornal pode indicar uma tendência da emissora no resto de sua programação. Por esse motivo, é de

fundamental importância o estudo do caso, para conseguirmos entender melhor todo o processo que a comunicação no Brasil tem passado nas últimas quatro décadas.

Considero ter acrescentado algo a mais na busca de informações de raça e gênero no segmento de telejornalismo. Partindo da teoria básica da notícia, o trabalho baseou-se em uma visão crítica dos meios de comunicação destacando a trajetória do telejornalismo brasileiro e, principalmente, do Jornal Hoje da Rede Globo de Televisão.

Por meio da fundamentação teórica foi possível fazer a análise dos dados obtidos na pesquisa e, com isso, constatar que o Jornal Hoje não utiliza de pluralidade na escolha das fontes de informações em suas matérias transmitidas diariamente. Este trabalho também tem o objetivo de ser apresentado aos responsáveis pelo Jornal Hoje para reflexão sobre o assunto e, com isso, estimulando uma possível reformulação no processo de escolha das fontes de informação.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

**BARDIN, Lourence.** Análise de Conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1995.

**ERBOLATO, Mário L.** Comunicação e cotidiano. Campinas: Papirus, 1984.

**FAZENDOMEDIA.** Disponível em <<http://www.fazendomedia.com>>. Acesso em: 26 de Março de 2006

**HOJE, Jornal.** Disponível em: <<http://www.globo.com/jornalhoje>>. Acesso em: 26 de Março 2006.

**KIENTZ, Albert.** Comunicação de Massa: análise de conteúdo. Rio de Janeiro: Medium, 1973.

**LAGE, Nilson.** Linguagem jornalística. São Paulo, Ática, 1985.

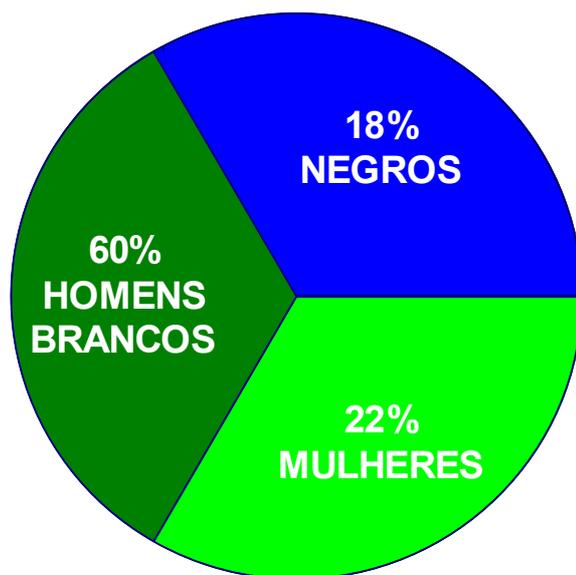
**PACHECO, Hellen de P.** A representatividade da Imagem do Negro nos meios de Comunicação. INTERCOM: Campo Grande-MS, 2005.

**REZENDE, Guilherme Jorge.** Telejornalismo no Brasil - Um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

**WOLF, Mauro.** Teoria da Comunicação. Lisboa: Editora Presença, 1987.

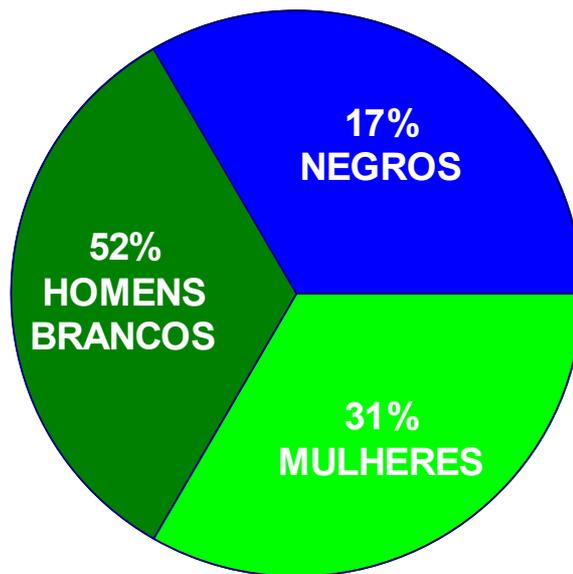
**ANEXOS:**

**1ª SEMANA**



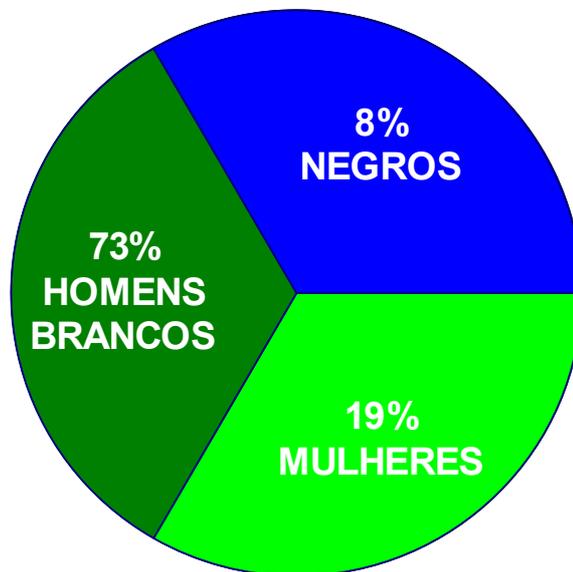
TOTAL: 83 MATÉRIAS

**2ª SEMANA**



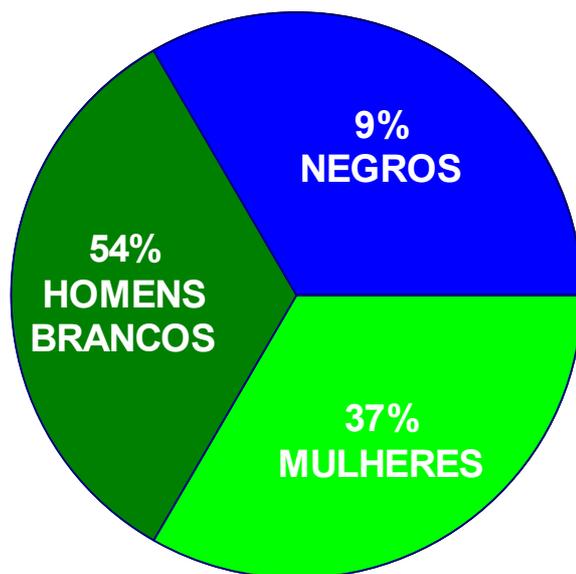
TOTAL: 58 MATÉRIAS

### 3ª SEMANA



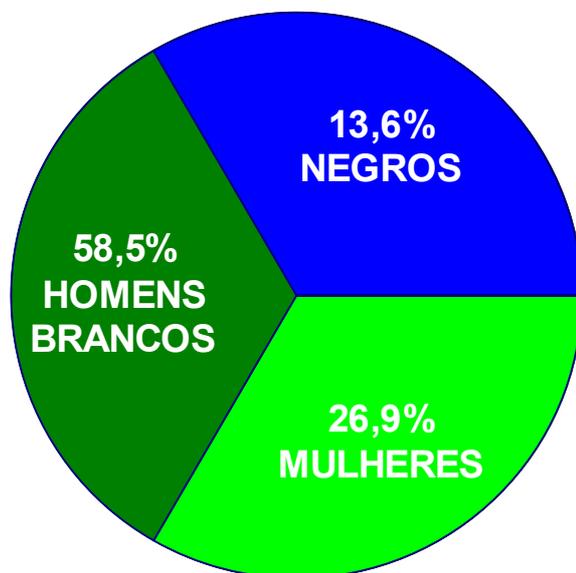
TOTAL: 61 MATÉRIAS

### 4ª SEMANA



TOTAL: 54 MATÉRIAS

**TOTAL DO MÊS DE MARÇO:**



TOTAL: 256 MATÉRIAS