

**CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE EM EMISSORAS RELIGIOSAS: UMA  
ANÁLISE DO JORNAL DA NOVO TEMPO**

Flávia Moreira Mota e Mota<sup>1</sup>  
Leila Cardoso da Silva<sup>2</sup>

**RESUMO:** Um fenômeno cada vez mais comum na televisão brasileira na contemporaneidade é a popularização de emissoras de cunho religioso, sobretudo com inserção de telejornais em sua grade de programação. Este artigo apresenta uma análise dos critérios de noticiabilidade predominantes no Jornal da Novo Tempo, telejornal de uma emissora de caráter religioso, a TV Novo Tempo. Para obtenção dos resultados acompanhamos as edições do objeto de estudo durante uma semana, no período de 29 de fevereiro a 03 de março de 2016. O estudo evidencia a necessidade de um olhar atento a este fenômeno em ascensão, a fim de identificarmos se a influência da igreja compromete os critérios de noticiabilidade que torna um fato com potencial noticioso.

**Palavras-chave:** Telejornalismo, TV Novo Tempo, critérios de noticiabilidade.

## **1. Introdução**

A inserção de instituições religiosas na mídia brasileira tem crescido ao longo dos anos. Seja por meio da televisão, rádio ou internet a adesão desses grupos ao cenário midiático é real, sobretudo em emissoras de televisão. No entanto, as produções feitas por tal segmento têm se diversificado, há, por exemplo, um significativo crescimento no número de emissoras de caráter religioso investindo no telejornalismo.

Os espaços que antes eram exclusivamente para produção e reprodução de programas voltados a transmitir cultos e propagar filosofias difundidas por tais religiões, vêm sendo aproveitados também para transmissão de notícias. Investir em telejornais pode também ser considerada como uma estratégia para conquistar audiência e levar o público a, conseqüentemente, acompanhar a programação das emissoras.

Apesar de não concorrerem com telejornais já consagrados na televisão brasileira, a diversidade de segmentos e abordagens dos diferentes noticiários

---

<sup>1</sup>Professora auxiliar do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da UESB. Flaviamota2@gmail.com

<sup>2</sup>Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UESB. leyllacs@hotmail.com.

televisivos permite ao público consumidor maior opção de conteúdo e algumas emissoras religiosas optaram por trabalhar com novos formatos de telejornalismo.

Embora outros meios venham ganhando espaço, a TV ainda é um dos recursos mais utilizados para obter informações. Neste sentido os noticiários televisivos desempenham um importante papel na imagem que as pessoas constroem da realidade pela confiabilidade adquirida com o público. De acordo com Canclini (2010), para os brasileiros o telejornalismo representa um lugar de referência, muito semelhante ao da família, escola, religião e consumo.

A proposta desse estudo é analisar o Jornal da Novo Tempo (JNT), telejornal veiculado de segunda à quinta-feira, às 19h, pela TV Novo Tempo, emissora da Rede Novo Tempo de Comunicação, ligada a igreja Adventista do Sétimo Dia. A escolha do objeto se deu pela observação da crescente inserção de telejornais na programação de TVs de cunho religioso, e pelo formato inovador do JNT, já que o mesmo tem apenas um ano de existência.

## **2. O Jornal da Novo Tempo: Descrição Geral**

A TV Novo Tempo emissora é uma rede de televisão brasileira com sede em Jacareí, no estado de São Paulo e possui retransmissoras, cobrindo grandes e pequenas cidades, disponível por sinal aberto, satélite e a cabo. A TV NT se encaixa no perfil de rede de televisão de religião protestante e sua grade de programação pode ser acompanhada através dos seguintes meios: TV Parabólica (Sinal analógico e digital), TV por Assinatura, no site da televisão e via aplicativos da emissora para *smartphones* e *tablets*.

A TV NT dispõe atualmente de 33 programas semanais em sua grade de programação, os mesmos são veiculados durante 24 horas diárias, incluindo programas inéditos e reprises. Os programas variam entre jornalísticos (cerca de quatro), religiosos e de entretenimento e atendem aos assuntos de maior interesse público para as categorias infantil, jovem e adulto. São temas voltados desde questões religiosas, educativas, culturais, empreendedorismo e negócios até às abordagens jornalísticas.

Entre eles está o Jornal da Novo Tempo, doravante JNT. Veiculado de segunda à quinta-feira às 19 horas, estreou no dia 6 de abril de 2015, data em que a TV Novo Tempo renovou sua grade, ampliando a programação ao vivo e inédita. O JNT foi precedido por outros dois telejornais de *hardnews*<sup>3</sup> na Novo Tempo. O telejornal conta atualmente com quatro editores. O jornalista Bruno Elmano é o editor-chefe e responsável pela área de economia. A jornalista Gabriela Frontini, que além de editora-executiva é responsável por cotidiano; o jornalista Elio Moura, apresentador e editor de política. E ainda o jornalista Murilo Lélis, editor de internacional.

No quadro de funcionários do Jornal há mais quatro jornalistas que acumulam as funções de produtores e repórteres, em um modelo diferente do que é mais comum nas redações, já que os quatro são responsáveis pelos processos de produção das notícias. O JNT possui três cinegrafistas e dois editores de vídeo, além da equipe técnica responsável pela veiculação ao vivo do telejornal. Um dos maiores diferenciais do Jornal da Novo Tempo em relação à maioria dos demais telejornais da televisão brasileira é que no mesmo, sempre têm no estúdio o apresentador e convidados que participam da discussão de temas relacionados às suas respectivas áreas de conhecimento.

Em entrevista<sup>4</sup>, Bruno Elmano, editor-chefe do telejornal, afirmou: “O Jornal da Novo Tempo foi pensado para informar o telespectador das notícias mais importantes do Brasil e do mundo, mas tem a premissa de fazer todos terem as condições de entender cada assunto, através de uma linguagem mais simples, mais direta e também com a presença de especialistas no estúdio, que além de explicarem, podem aprofundar a abordagem dos temas”.

O telespectador é incentivado a ser ativo no programa, ao interagir através das redes sociais, com a possibilidade de comentar, questionar e responder perguntas sobre a

---

<sup>3</sup> Esse termo se refere a notícias relevantes e atuais que necessitam de uma explicação mais aprofundada.

<sup>2</sup> Entrevista concedida às autoras por email, no dia 30 de novembro de 2015.

temática abordada em cada edição. A produção elabora uma pergunta sobre o assunto “destaque” do dia que é lida diretamente pelo apresentador.

O programa é dividido em três blocos, com média de 18 minutos de duração e intervalos de dois minutos. O jornal tem a abertura com um movimento de câmera que mostra todo o cenário, inclusive o(s) especialista(s) convidado(s) da edição. Na abertura o apresentador aborda um dos temas mais importantes do dia em uma prévia da análise mais relevante daquele momento. Segundo o editor do JNT, isso “não se configura como opinião, nem editorial, apenas uma análise crítica”. Na sequência é apresentada a tradicional escalada, com os principais temas do dia apresentados em um VT. O âncora apresenta o convidado, pede a participação dos telespectadores nas redes sociais e fala a pergunta do dia. Só depois disso aparece a vinheta de abertura.

O apresentador titular do Jornal da Novo Tempo é o jornalista Elio Moura, que já apresentou outros programas tanto na TV quanto no rádio Novo Tempo.

Segundo o editor-chefe, Bruno Elmano, os repórteres abordam todos os temas, não é determinado que cada um tenha a atuação restrita a uma editoria. “O critério de escolha da pauta é relevância e interesse público. As reportagens feitas em externa possuem tempo de duração maior, porque devem ser analíticas, reflexivas, profundas. A abordagem é definida em reunião de pauta com os editores de conteúdo do telejornal”.

O telejornal possui quatro quadros especiais, Cidadania, apresentado por José Carlos Cataldi, Jornalista, radialista e advogado; Viver Melhor, apresentado pelo nutricionista Ricardo Vargas; Michelson Borges, sob direção do próprio Jornalista e escritor Michelson Borges; e Convidados, quadro em que um especialista de determinada área responde as principais dúvidas dos internautas e telespectadores.

A fim de verificar os principais critérios de noticiabilidade das notícias exibidas pelo telejornal, acompanhamos e analisamos as edições do programa de 29 de fevereiro a 03 de março de 2016. A análise foi feita a partir dos critérios defendidos por Wolf (1999), sobre o qual discorreremos de maneira mais detalhada a seguir.

### **3. Teoria do *Newsmaking***

Fruto dos estudos de Kurt Lewin em 1947 a teoria do *Newsmaking* consiste no estudo aprofundado da rotina de produção da notícia, abrangendo a cultura profissional do jornalista, a organização do trabalho, bem como os processos de produção da matéria prima do jornalismo, a notícia. Com essa perspectiva, o jornalismo deixa de ser considerado um mero reproduzidor da realidade, hipótese defendida pela teoria do espelho, e passa a ser compreendida como um campo relevante na construção da realidade (VIZEU, 2007).

Diante da infinidade de acontecimentos e da limitação do tempo e espaço nos veículos midiáticos, os repórteres, produtores, editores e demais profissionais do jornalismo em sua rotina diária de trabalho precisam selecionar, filtrar os fatos significativos e relevantes, com potencial para serem transformados em notícias.

Muito se tem questionado, por que as notícias são como são, porém como afirma Traquina (2005, p.26), não podemos entender porque “as notícias são como são apenas por fatores externos”. O que justifica a importância da abordagem do *Newsmaking*. Nessa perspectiva, para se tornar notícia os fatos precisam responder a alguns critérios de noticiabilidade, tais como, novidade, excepcionalidade, imprevisibilidade, relevância, notoriedade dos envolvidos, raridade, conflito, entre outros.

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas, para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 2003, p.195).

Esses critérios formam o conjunto de elementos pelos quais a empresa de comunicação irá controlar e definir a quantidade e os tipos de acontecimentos que serão noticiados. Entende-se noticiabilidade como o conjunto de elementos utilizados pelas empresas jornalísticas para controlar e administrar os tipos de acontecimentos, bem como a quantidade de fatos que ao serem analisados demonstram ter potencial de um evento para ser transformado em notícia. Os valores-notícia, não apenas estão presentes no início da produção de notícias, durante a escolha do que merece destaque. Mas perduram durante todo processo produtivo, porém com importância diferente:

(...) Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos (GOLDING; ELLIOT apud WOLF, 2003, p.203).

Para Vizeu (2008, p.7), o telejornalismo cumpre a “função de sistematizar, organizar, classificar e hierarquizar a realidade” hoje dispersa. Os acontecimentos que circunda o sujeito são organizados pelo telejornal, que se apresenta como um novo lugar de sentido onde os temas nacionais ganham visibilidade.

Os inúmeros valores-notícia são apresentados por alguns estudiosos da comunicação. Contudo, para embasamento teórico da presente pesquisa, utilizamos os critérios definidos por Mauro Wolf (1999). Os valores-notícia são divididos em cinco categorias, são elas:

**1-Categorias substantivas** – diz respeito ao fato em si e concentram-se na importância e interesse da notícia. Esta categoria possui quatro variáveis, são elas: Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável; impacto sobre a nação e interesse nacional; Quantidade de pessoas envolvidas no fato e relevância e significação do fato quanto à sua potencial evolução e consequência.

**2- Categorias relativas ao produto** – refere-se à disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo. O que por sua vez, apresenta cinco subcategorias: Brevidade, atualidade, atualidade interna, qualidade (ação, ritmo, caráter exaustivo, clareza da linguagem) e equilíbrio.

**3- Categorias relativas aos meios de informação** – têm a ver com a quantidade de tempo usado para veiculação da informação, qualidade técnica do material veiculado, capacidade de uma notícia ilustrar um acontecimento. A frequência e ainda o formato.

**4- Categorias relativas ao público** – Diz respeito à imagem que os jornalistas têm do público. Essa categoria engloba a estrutura narrativa, que por sua vez ‘exige’ que a mesma demonstre clareza para a audiência de modo a permitir a plena identificação dos personagens do fato narrado, atender o interesse de informações de serviço, e ainda manter a protetividade, evitando noticiar o que pode causar ansiedade ou pânico desnecessário.

**5- Categorias relativas à concorrência** – Leva em consideração a concorrência dos veículos de comunicação, buscando sempre a exclusividade ou furo. Essa categoria destaca ainda três aspectos, as expectativas comuns de que o veículo concorrente também noticiará o mesmo fato.

Das categorias acima relacionadas optamos por trabalhar com as duas primeiras, categorias substantivas e categorias relativas ao produto. Os elementos propostos por cada uma delas contribuirão para distinguirmos os valores-notícia utilizados na produção de notícias do JNT.

As categorias substantivas adotadas como critério de análise no presente artigo se subdividem em:

1. **Importância do indivíduo (nível hierárquico)** – considera como fato com potencial para ser notícia, acontecimentos que envolvam personalidades públicas com “alto” nível econômico, como políticos e celebridades.
2. **Impacto sobre a nação** – Refere-se ao grau de significação e importância. Capacidade de influir ou incidir no interesse do país;
3. **Número de pessoas envolvidas** – os acontecimentos que envolvem um grande número de pessoas, como tragédias e desastres, possuem maior visibilidade, logo maior é o seu valor-notícia;
4. **Relevância quanto à futura evolução** – diz respeito aos fatos que apresentam desdobramentos e consequências num período posterior, podendo ser acompanhados pelos meios jornalísticos em mais de uma edição.

Quanto às categorias relativas ao produto, serão observados os seguintes aspectos:

1. **Visibilidade do fato** – Refere-se ao espaço dedicado pelo veículo, para determinado tema/fato;
2. **Proximidade** – Quanto maior a proximidade geográfica do fato com o público consumidor da notícia, mais importante ela é. De acordo com Traquina (2002, p.188) a proximidade engloba aspectos geográficos, mas também culturais.
3. **Atualidade** – As notícias devem passar informações mais atualizadas possíveis.

#### **4. Análise de dados**

Tendo em vista as especialidades das categorias referentes aos critérios de noticiabilidade, discutidos por Wolf (1999) e escolhidos para nortear o presente estudo, vamos partir para a análise do Jornal da Novo Tempo. Rememorando, o referido telejornal faz parte da programação da TV Novo Tempo e vai ao ar de segunda a quinta-feira às 19h, com duração de uma hora.



A partir das edições analisadas, referentes aos dias 29 de fevereiro a 03 de março, foi contabilizado um total de 44 notícias veiculadas pelo JNT, por meio de matérias, notas peladas<sup>5</sup> e notas cobertas<sup>6</sup>. Uma das características deste telejornal é iniciar com informações de uma das principais notícias do dia. Nas quatro edições percebemos o predomínio de notícias referentes à política e economia como destaques. As mesmas eram fatos recentes, por vezes, apresentando dados estatísticos de pesquisas e suas implicações na vida da população. Na edição do dia 29 de fevereiro, por exemplo, o programa deu início falando sobre a comemoração dos 36 anos de fundação do Partido dos Trabalhadores (PT), ocasião em que o ex-presidente Lula anunciou que pode voltar a concorrer à presidência para manter os projetos do partido.

Já no dia 01 de março, teve destaque à notícia de economia “a páscoa é a segunda data que mais movimentam os supermercados brasileiros, mesmo assim os varejistas diminuíram os pedidos de ovos de páscoa junto aos fornecedores em 7%, isso por que eles esperavam vender menos este ano. É a sina no comércio brasileiro desde o ano passado. A crise econômica é uma boa explicação, mas talvez esteja na hora de repensar modelos de negócios que cobram muito mais do que o valor que o produto deveria ter e que o brasileiro sempre pagou. Com a crise o consumidor repensou, é a vez de o empresário repensar”, frisou o apresentador.

Na terceira edição analisada, dia 02 de março, a ênfase foi para as notícias relacionadas ao presidente da Câmara dos Deputados “o dia teve duas más notícias para Eduardo Cunha, uma veio da madrugada, quando o Conselho de Ética teve tempo de aprovar a continuidade do processo contra ele na câmara. O presidente da Câmara tentou driblar a votação de novo, levando uma seção vazia até altas horas no plenário, mas não adiantou. E à tarde outra derrota, o Supremo Tribunal Federal aceitou uma das denúncias contra Cunha e ele vai ser investigado por recebimento de propina”.

O JNT, na edição do dia 03 de março destacou a notícia referente a recessão do produto interno bruto: “Finalmente chegou o número final que mostra o tamanho da

---

<sup>5</sup> Nota pelada: Notícia lida pelo apresentador do telejornal, sem qualquer imagem de ilustração.

<sup>6</sup> Nota coberta: Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens. Pode ser gravada ou ao vivo.



crise econômica no Brasil. O PIB produto interno bruto de 2015 caiu 3,8%. ‘Aí você pode achar que não é muito, mas se engana’. É a maior queda já registrada pelo IBGE que faz essa pesquisa desde 1996. Sendo considerando todas as pesquisas, esse é o pior resultado em 25 anos”.

Ao longo da semana, boa parte das notícias de destaque, abordadas pelo apresentador no começo do telejornal, durante o período analisado, foram temas discutidos por especialistas em economia e política.

Para melhor compreendermos os critérios utilizados na produção de notícia do JNT, separamos as 44 matérias por categorias temáticas, são elas: Política, com 12 notícias veiculadas no período de análise; Economia, apresentou 7 notícias; Saúde com 10; Cidades, 2; Atualidades com 10 notícias, seguido de internacional, com 3 veiculações. No período pesquisado identificamos através das notícias exibidas pelo telejornal, os valores-notícia, propostos por Wolf (1999), nas duas categorias escolhidas para embasar este estudo. A fim de exemplificar os resultados obtidos, algumas notícias foram mencionadas.

O valor notícia, “importância do indivíduo ou nível hierárquico”, que prioriza fatos referentes a personalidades políticas, celebridades ou instituições governamentais, apareceu em várias notícias do JNT, a exemplo, a veiculada no dia 29 de fevereiro. “A semana vai ser decisiva para Eduardo Cunha, com grande maioria da população entendendo que ele deve renunciar. Segundo pesquisas, ele ainda vai ter que encarar o Supremo Tribunal Federal”. Notícias relacionadas a representantes da política nacional, apareceram consideravelmente nas edições. O ex-presidente Lula também foi notícia em pelo menos duas edições. No dia 01 de março, a notícia foi “Procurador da república envia manifestação ao Supremo Tribunal Federal, defendendo que a investigação sobre imóveis que seriam de propriedade de Lula seja mantida dentro da Operação Lava Jato. Se isso acontecer Lula vai ser investigado pelo Ministério Público Federal”.

No que se refere ao “impacto sobre a nação”, conforme Wolf (1999, p.202) o critério diz respeito “a capacidade de influir ou incidir no interesse do país”. Esse valor-notícia também ganhou espaço, como evidencia a notícia do dia 01 de março: “Em outubro o governo anunciou o plano de reforma administrativa pra reduzir gastos,

quando Dilma Rousseff prometeu cortes no número de Ministérios e a redução dos salários dela e dos Ministros de Estado. Mas até agora foram efetivados menos de 20% dos cortes propostos prometidos”. A notícia, “comitê de política monetária do banco central está reunido para definir a taxa básica de juros”, também é um exemplo do valor impacto sobre a nação. Conforme o estudo, o valor-notícia “número de pessoas envolvidas” foi observado nas matérias exibidas no dia 02 de março, “os casos de microcefalia no Brasil continuam crescendo, novo relatório do Ministério da Saúde confirma o aumento”. Também é exemplo desse critério “Paraná confirmou 1368 novos casos de dengue, em uma semana. Duas mortes também foram registradas no período”.

A partir desta análise foi constatado que em todas as edições verificadas, houve notícias que têm como critério de noticiabilidade a “relevância quanto à futura evolução da notícia”, podendo ser acompanhada em edições posteriores. A maioria foi relacionada a doenças causadas pelo *Aedes Aegypti*.

O critério “visibilidade do fato” foi verificado na matéria veiculada no dia 03 de março, “o PIB produto interno bruto de 2015 caiu 3,8%. O número mostra o tamanho da crise econômica no Brasil, esta é a maior queda já registrada pelo IBGE desde 1996”. Outro exemplo foi que “o Supremo Tribunal Federal aceitou uma das denúncias contra Cunha e ele vai ser investigado por recebimento de propina”, matéria veiculada no dia 02 de março.

Com relação ao valor-notícia “proximidade” que corresponde àqueles acontecimentos que são próximos cultural e geograficamente do público, a notícia veiculada pelo JNT que exemplifica é “de cada dez motoristas de São Paulo, sete não cometeram nenhuma infração de trânsito no ano passado inteiro, os dados estão em uma ferramenta lançada ontem pela prefeitura da cidade”, a notícia foi exibida no dia 29 de fevereiro. O valor-notícia “atualidade” está entre os mais importantes na maioria dos telejornais por se tratar de notícias quentes, o que atrai os telespectadores. A observação das edições do jornal da Novo Tempo no período analisado, revelou que esse critério predominou na escolha das pautas que viraram notícia. A exemplo a matéria que foi ao ar no dia 01 de março: “Nos Estados Unidos a super terça ainda não acabou. Doze Estados estão em eleição para escolher pré-candidatos para a disputa presidencial”. A

notícia do dia 02 de março também destaca esse valor-notícia “o Diário Oficial da União publicou hoje uma medida provisória que autoriza o aumento da participação de capital estrangeiro nas companhias aéreas que operam no Brasil”. E ainda, “aumento de R\$ 0,40 na tarifa do metrô do Rio de Janeiro, entra em vigor a partir do dia 02 de abril. Com isso o passageiro carioca vai pagar R\$ 4,10 centavos pela viagem”. Essa informação foi divulgada em 29 de fevereiro.

No que tange aos valores-notícia identificados nas 44 matérias analisadas, algumas tinham mais de um valor-notícia. O quadro abaixo mostra os critérios predominantes que deram a esses fatos, potencial noticioso.

**Quadro 3:** Critérios de noticiabilidade em destaque

Nº	Notícia	Valor-notícia predominante
1	Comemoração 36 anos do PT.	Importância do indivíduo
2	Eduardo Cunha enfrenta STF.	Importância do indivíduo
3	Inflamação do cérebro causada pelo vírus da zika.	Relevância quanto à futura evolução da notícia
4	Expectativa para a “Super Terça” nos EUA.	Relevância quanto à futura evolução da notícia
5	População brasileira endividada.	Impacto sobre a nação
6	Obras do programa de aceleração de crescimento (PAC).	Impacto sobre a nação
7	Recuo da indústria brasileira causa demissões	Impacto sobre a nação
8	Site modalidade segura reúne dados sobre multas de trânsito em SP.	Proximidade
9	Aumento da tarifa do metrô do Rio de Janeiro.	Atualidade
10	Manifestantes protestaram contra a poluição da baía da Guanabara.	Atualidade
11	Vírus da zika/ microcefalia/ aborto.	Relevância quanto à futura evolução da notícia
12	Cientistas descobrem remédio definitivo para aliviar dores de cabeça.	Atualidade
13	Crise econômica altera rotina dos supermercados na páscoa.	Visibilidade do fato
14	Comitê de política monetária do banco central define taxa básica de juros.	Impacto sobre a nação

# XII ENECULT

ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

15	Enviado pedido de investigação contra Presidente da Câmara no STF.	Importância do indivíduo
16	Herança de Bin Laden é descoberta cinco anos após a morte do terrorista.	Importância do indivíduo
17	Nos Estados Unidos a “Super Terça” ainda não acabou.	Atualidade
18	Manifestação enviada ao Supremo Tribunal Federal defende que a investigação sobre imóveis de Lula seja mantida dentro da Operação Lava Jato.	Impacto sobre a nação
19	Menos de 20% dos cortes administrativos para reduzir gastos foram efetivados.	Impacto sobre a nação
20	Motoristas habilitados em outros países vão poder trafegar no Brasil durante os jogos olímpicos 2016.	Atualidade
21	Temporais nos estados do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais.	Número de pessoas envolvidas
22	Aprovada continuidade do processo contra Eduardo Cunha na câmara.	Importância do indivíduo
23	Relatório do Ministério da Saúde confirma aumento de casos de microcefalia no país.	Relevância quanto à futura evolução da notícia
24	Mulheres tomam as decisões financeiras em quase metade dos lares brasileiros.	Atualidade
25	Presidente da Câmara vai ser investigado por suspeita de quebra de decoro parlamentar.	Visibilidade do fato
26	Acordo entre Governo Federal e Mineradora Samarco negociaram um fundo pra investir cerca de 20 bilhões de reais após o rompimento da barragem em Mariana.	Visibilidade do fato
27	Balança comercial brasileira registra o maior <i>superávit</i> para meses de fevereiro desde 1989.	Impacto sobre a nação
28	Aprovada hoje medida provisória que autoriza o aumento da participação de capital estrangeiro nas companhias aéreas que operam no Brasil.	Atualidade
29	27% dos trabalhadores brasileiros são analfabetos funcionais.	Impacto sobre a nação
30	Brasil é referência mundial em aleitamento materno.	Número de pessoas envolvidas
31	Paraná confirma 1368 novos casos de dengue em uma semana.	Número de pessoas envolvidas
32	Cientistas investigam a diferença do comportamento das células de diabéticos entre crianças e adultos.	Visibilidade do fato

# XII ENECULT

ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

33	Resultado da Super Terça nos Estados unidos.	Atualidade
34	Cuba confirma o primeiro caso de zika vírus.	Atualidade
35	Cientistas criam laboratório portátil que pode dar resultados de exames de sangue em bem menos tempo que o comum.	Atualidade
36	O produto interno bruto (PIB) de 2015 caiu 3,8%.	Visibilidade do fato
37	Crime de contrabando faz o Brasil perder R\$ 115 bilhões por ano.	Impacto sobre a nação
38	Ministros do Supremo Tribunal Federal aceitam denúncia de corrupção e lavagem de dinheiro contra o presidente da câmara.	Visibilidade do fato
39	Pesquisadores brasileiros publicam estudo que mostra detalhes sobre a ação do zika vírus no cérebro.	Relevância quanto à futura evolução da notícia
40	Os jogos olímpicos do Rio de janeiro vão ter uma participação especial, uma equipe de refugiados.	Proximidade
41	Novos Ministros de Estado do governo Dilma, tomaram posse hoje de manhã.	Atualidade
42	Publicação da revista Isto É causou muito transtorno no meio político hoje.	Atualidade
43	Pesquisadores do instituto Oswaldo Cruz em Pernambuco identificaram a presença do vírus da zika na saliva do pernilongo comum.	Atualidade
44	Mais da metade dos microempresários brasileiros registraram piora no desempenho empresarial.	Impacto sobre a nação

Fonte: Elaborado pelo autor

Na observação dos resultados, constatamos que o principal critério de noticiabilidade utilizado pelo Jornal da Novo Tempo nas 44 notícias veiculadas nas edições analisadas, foi atualidade, seguido dos fatos com maior impacto sobre a nação. A tabela abaixo mostra a quantidade dos valores-notícia encontrados na pesquisa.

**Quadro 4:** Números de frequências dos valores-notícia no período analisado

Valor-notícia	Número de notícias com esse valor-notícia no JNT
Atualidade	13
Impacto sobre a nação	10
Importância do indivíduo/Nível hierárquico	05
Número de pessoas envolvidas	03
Proximidade	02
Relevância quanto à futura evolução da notícia	05

Os dados aqui apresentados foram resultados da análise das edições do Jornal da Novo Tempo, no período de 29 de fevereiro a 03 de março e foram essenciais para tecermos algumas considerações em relação ao objetivo proposto por este estudo, de mostrar quais os valores-notícia se destacam no processo de seleção dos fatos noticiados pelo JNT.

## **5. Considerações finais**

A partir da observação do Jornal da Novo Tempo, à luz dos conceitos apresentados nos capítulos teóricos deste trabalho, constatamos que o critério de noticiabilidade mais presente na produção telejornalística do objeto em estudo, foi a atualidade. Das 44 notícias das edições veiculadas entre os dias 29 de fevereiro a 03 de março de 2016, 13 foram classificadas com este valor-notícia. Esse critério mostrou-se um dos fatores mais poderosos no JNT na hora de “eleger” uma pauta e transformá-la em notícia. O que demonstra a preocupação do veículo em atrair os consumidores de informação com o que é novo, característica marcante dos principais telejornais do país.

As duas categorias propostas por Wolf (1999), substantivas e relativas ao produto, escolhidas para nortear este estudo, tiveram suas sete variáveis presentes nas edições investigadas. Estas foram identificadas a partir dos valores-notícia dos produtos veiculados durante a semana analisada. O material analisado aponta ainda que a prioridade foi para as notícias sobre política e economia, haja vista a atual crise enfrentada pelo país. Nas notícias de política, além da atualidade, foram identificados os valores-notícia importância do indivíduo, impacto sobre a nação e relevância quanto à futura evolução das notícias. Em todos os programas analisados, percebeu-se no telejornal notícias de economia. Informações sobre a cotação do dólar, por exemplo, estiveram presentes em todas as edições pesquisadas. Além disso, durante toda a semana os temas discutidos com os especialistas, ao vivo, no estúdio foram relacionados à economia brasileira.

Nas edições analisadas não foi identificado nenhuma matéria relacionada a questões religiosas, já que outros acontecimentos com valores-notícias de interesse público estavam em voga. Em termos gerais é importante ressaltar que nas edições pesquisadas o telejornal não deu ênfase a notícias de violência. O fato pode ser justificado por conta da emissora “denominar-se” como canal da esperança, evitando noticiar assuntos relacionados a mortes e crimes.

Diante das constatações apresentadas, conclui-se que o Jornal da Novo Tempo configura-se um telejornal sério e ético. Apesar de fazer parte da grade de programação de uma emissora de cunho religioso e ter influência da ideologia cristã, durante o período de análise o objeto priorizou critérios de noticiabilidade que atendiam efetivamente ao interesse público.

## **REFERÊNCIAS**

BRASIL. Lei nº 8.987, de 13 de fevereiro de 1995. (1995, 13 de fevereiro). Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previstos no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/Leis/L8987compilada.html](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8987compilada.html). Acesso em 18 nov. 2015.

CANCLINI, Nestor Garcia; DIAS, Maurício Santana. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 8ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.

**Constituição da República Federativa do Brasil**, (1988, 05 outubro). Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm)>. Acesso em: 19 nov. 2015.

\_\_\_\_\_. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol I. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo. O newsmaking e o trabalho de campo. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Org.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007, p.223-236.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes: 2003.