



Teorias do jornalismo

Teorias do Jornalismo

Roberta Baldo Bacelar

© 2017 por Editora e Distribuidora Educacional S.A.
Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação poderá ser reproduzida ou transmitida de qualquer modo ou por qualquer outro meio, eletrônico ou mecânico, incluindo fotocópia, gravação ou qualquer outro tipo de sistema de armazenamento e transmissão de informação, sem prévia autorização, por escrito, da Editora e Distribuidora Educacional S.A.

Presidente

Rodrigo Galindo

Vice-Presidente Acadêmico de Graduação

Mário Ghio Júnior

Conselho Acadêmico

Alberto S. Santana
Ana Lucia Jankovic Barduchi
Camila Cardoso Rotella
Cristiane Lisandra Danna
Danielly Nunes Andrade Noé
Emanuel Santana
Grasiele Aparecida Lourenço
Lidiane Cristina Vivaldini Olo
Paulo Heraldo Costa do Valle
Thatiane Cristina dos Santos de Carvalho Ribeiro

Revisão Técnica

Adriana Cezar
Karen de Almeida Rodrigues

Editoração

Adilson Braga Fontes
André Augusto de Andrade Ramos
Cristiane Lisandra Danna
Diogo Ribeiro Garcia
Emanuel Santana
Erick Silva Griep
Lidiane Cristina Vivaldini Olo

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bacelar, Roberta Baldo
B116t Teorias do jornalismo / Roberta Baldo Bacelar. – Londrina
: Editora e Distribuidora Educacional S.A., 2017.
168 p.

ISBN 978-85-8482-860-9

1. Comunicação de massa. 2. Jornalismo. I. Título.

CDD 301.16

2017
Editora e Distribuidora Educacional S.A.
Avenida Paris, 675 – Parque Residencial João Piza
CEP: 86041-100 – Londrina – PR
e-mail: editora.educacional@kroton.com.br
Homepage: <http://www.kroton.com.br/>

Sumário

Unidade 1 Jornalismo: do contexto histórico à seleção da notícia _____	7
Seção 1.1 - Jornalismo: conceito e contexto histórico _____	9
Seção 1.2 - Notícia e fluxo de informação _____	23
Seção 1.3 - Prática profissional e seleção da notícia _____	37
Unidade 2 Teorias do jornalismo: <i>newsmaking</i>; <i>agenda-setting</i>; <i>gatekeeper</i> e usos e gratificações _____	51
Seção 2.1 - <i>Newsmaking</i> _____	53
Seção 2.2 - <i>Agenda-setting</i> (teoria do agendamento) _____	65
Seção 2.3 - <i>Gatekeeper</i> e usos e gratificações _____	75
Unidade 3 Teorias do jornalismo: espiral do silêncio, espelho, organização e ação política _____	89
Seção 3.1 - Teoria da espiral do silêncio x teoria do espelho _____	91
Seção 3.2 - Teoria organizacional _____	101
Seção 3.3 - Teoria instrumentalista ou da ação política _____	111
Unidade 4 A notícia como espetáculo _____	125
Seção 4.1 - Jornalismo sensacionalista _____	127
Seção 4.2 - Espetáculo midiático e distorção da informação _____	139
Seção 4.3 - Espetacularização: métrica e medição da notícia _____	153

Palavras do autor

Olá! Seja bem-vindo!

Estou muito feliz em poder compartilhar com você este material para, juntos, desvendarmos as teorias do jornalismo. Neste início, quero apresentar-lhe um termo muito presente nas redações e na vida do jornalista. Você sabe o que é um "foca"? Alberto Dines, um dos grandes jornalistas brasileiros, que sempre se dedicou a treinar e capacitar esta "espécie", apresenta o foca como "o jornalista novato, bisonho – ou seja, não experimentado –, aquele que ainda pensa em fazer um curso de Jornalismo ou o jovem que está caminhando para essa profissão" (DINES, 2009, p. 56). Nos Estados Unidos da América – EUA – o foca é chamado de CUB, que significa "filhote". Por isso, volto à saudação deste texto e peço sua licença para estreitarmos nosso relacionamento: "Seja bem-vindo foca!" Usamos esta denominação no sentido afetivo, para saudar aqueles (no caso você) que serão jogados na arena dos leões – as grandes redações do país – onde conviverão com colegas experimentados que exercerão grande pressão por causa do tempo e das responsabilidades da carreira.

Para que você se sinta mais preparado e menos perdido neste universo, vamos conhecer o contexto histórico e social do jornalismo. Além disso, viajaremos pelas principais teorias de construção da notícia e de influência da sociedade. Serão vários autores, diversas escolas e visões a respeito de como a comunicação pode se fazer presente no encaminhamento da sociedade. Discussões a respeito da espetacularização das notícias e a exploração da miséria humana também serão abordadas neste material. Para isso, contaremos com a ajuda de um grupo de formandos do curso de Jornalismo de uma faculdade. Serão três jovens (dois rapazes (João e Pedro) e uma moça (Mariana) que conseguiram estágio em três veículos diferentes de comunicação. O ponto comum entre eles é o fato de serem colegas de classe e assim poderão trocar informações e experiências do seu dia a dia profissional. O divergente está no tipo de veículo onde cada um estagia: uma revista semanal, uma emissora de TV e um portal de notícias. A cada unidade de ensino, uma pauta será comum aos três veículos. Entretanto, o formato da notícia e a linha editorial de cada empresa é diferente, o que levará nossos jovens a focarem e se questionarem sobre o seu papel na sociedade. Preparado? Vamos lá? Bons estudos!

Jornalismo: do contexto histórico à seleção da notícia

Convite ao estudo

Olá, meu caro focal!

Preparado para enfrentar os desafios que o universo da notícia nos proporciona diariamente?

Esta disciplina tem como objetivo inseri-lo no universo das teorias do jornalismo. Muitos, antes de nós, já pensaram e elaboraram estratégias e análises referentes à atividade jornalística e aos dilemas da profissão. Por isso, é importante aprendermos com eles e estarmos sempre focados em trabalhar de maneira ética e eficiente. Somos responsáveis pela mobilização social, pela informação e, muitas vezes, é por meio dos nossos olhos ou textos que uma parcela da sociedade verá os fatos cotidianos. Por isso, somos considerados formadores de opinião! Esta opinião levará o país a adotar comportamentos e a fazer leituras fundamentais para a vida.

Nesta primeira unidade, entenderemos o que é jornalismo, o que é notícia e como devemos trabalhar a construção da informação jornalística. Para isso, contaremos com três jovens estudantes e estagiários de jornalismo que nos colocarão em situações da prática profissional em diferentes veículos de comunicação. Eles viverão aventuras que farão você parar para pensar sobre questões éticas, profissionais e de responsabilidade social!

A primeira seção tratará do conceito de jornalismo, passando por um panorama histórico – incluindo a chegada da imprensa no Brasil – e o papel social do jornalismo. Na seção 2, trataremos da notícia, conceito, seleção da informação, noticiabilidade etc. Por fim, na última seção da unidade, vamos

discutir o processo de produção, critérios de seleção da notícia e o processo de produção no trabalho jornalístico.

Viu só quanta coisa nos espera? E isto diz respeito só à primeira unidade! Muitos temas importantes serão abordados durante todo este semestre. Prepare-se! Você será constantemente desafiado! Ah, e o tempo – ou a falta dele – é uma constante na vida do jornalista! Portanto, agilidade e precisão serão fundamentais para evoluirmos neste trabalho! Autonomia e iniciativa também são características imprescindíveis a um bom jornalista. Então, não fique na dependência de ninguém, tome as rédeas dos seus estudos e seja autônomo!

Caneta em punho! As fontes que nos aguardem!

Mãos à obra!

Seção 1.1

Jornalismo: conceito e contexto histórico

Diálogo aberto

Você já parou para pensar em quanta coisa poderá fazer depois de se formar? Conseguiu perceber quantas possibilidades o mercado de trabalho oferece? O quanto esta área de atuação evolui e se modifica ao longo do tempo?

Então, por conta disso, precisamos voltar às raízes teóricas, mas também devemos manter o olhar no cotidiano, no moderno. Assim, convido você a acompanhar a estreia dos jovens estudantes de jornalismo – todos formandos e estagiários – no mercado de trabalho. Nesta primeira seção, vamos acompanhar o João, estagiário de uma revista semanal.

Ele foi desafiado por seus superiores a participar da cobertura das Olimpíadas no Rio de Janeiro. Aos seus cuidados ficará um levantamento histórico de como os jogos evoluíram desde a Grécia até os dias de hoje, destacando peculiaridades e curiosidades de todo o processo evolutivo. João deverá fazer um paralelo entre a história dos jogos e do jornalismo, avaliando a realidade social a cada momento. Seu objetivo será levantar material para uma grande reportagem (capa da revista), com aproximadamente 5 laudas. O objetivo desta etapa será compreender e assimilar os conceitos teóricos.

Por exemplo, você sabia que a Maratona – maior prova do atletismo, com 42km – surgiu na Grécia Antiga? Uma lenda conta que, no ano de 490 a.C., o povo de Atenas e o povo Persa estavam em guerra. Os persas ameaçaram os gregos, dizendo que se ganhassem, invadiriam Atenas, violentariam as mulheres e matariam as crianças. Com medo do que pudesse vir a acontecer, os atenienses combinaram que se não chegassem notícias em até 24h, as mulheres matariam as crianças e cometeriam suicídio. Com a vitória dos atenienses sobre os persas, o soldado Pheidippides correu toda a planície de Maratona, até a cidade de Atenas para dar a notícia. Isso representa a distância de 42 quilômetros que hoje é percorrida na prova. Ao chegar na cidade, ele apenas conseguiu dizer "vencemos", morrendo de exaustão na sequência. Verdade

ou não, a prova de atletismo entrou para a Olimpíada da Era Moderna em 1896, como forma de homenagear o soldado.

Já pensou se Pheidippides vivesse nos dias de hoje? Com certeza ele não precisaria correr para divulgar a boa notícia! Os sites de esportes seriam mais ágeis e cumpririam o papel de informar a sociedade a respeito do feito.

Esta é apenas uma curiosidade da nossa história, mas que ilustra o objetivo que temos com esta disciplina. Vamos entender o que é jornalismo! Qual seu papel social? Como surgiu a imprensa no Brasil? Vamos lá?

Não pode faltar

Nesta seção, temos as seguintes tarefas:

- Entender o que é jornalismo?
- Fazer uma abordagem histórica do jornalismo no Brasil.
- Discutir sobre o papel social do jornalismo.
- Resgatar o surgimento da imprensa no Brasil.

Uma vez estabelecido isso, convido você a irmos por partes! Vamos começar entendendo o que é jornalismo. Para isso, vou recorrer a um colega de profissão, o jornalista Clóvis Rossi – que é colunista do Jornal Folha de São Paulo, autor de diversos livros sobre jornalismo, repórter especial e membro do Conselho Editorial da Folha.

Em seu livro *O que é jornalismo*, editado em 2000 pela Coleção primeiros passos, ele define jornalismo como:



Uma batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores ou ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra acrescida, no caso da televisão, de imagens. Mais uma batalha nem por isso menos importante do ponto de vista político e social, o que justifica e explica as imensas verbas canalizadas por governos, partidos, empresários e entidades diversas para o que se convencionou chamar de comunicação de massa (ROSSI, 2000. p. 7).

Se pensarmos o jornalismo como uma conquista diária de seus "alvos", assim como Rossi descreve, podemos pensar que neste aspecto ele se aproxima da publicidade, que também batalha pela conquista de consumidores! Concorda?

Outros "livros de cabeceira" de grandes jornalistas do país são os manuais de redação. Os veículos de comunicação de grande presença e impacto na sociedade

têm o hábito de publicar a normatização de sua escrita por meio da construção de manuais. Nestas obras, também é comum constar o que o veículo entende por jornalismo, e pelo papel do jornalista.

O *Manual de redação* do Jornal Folha de São Paulo afirma que:

Não existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma uma série de decisões que são em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções, mas isso não exime o jornalista da obrigação de ser o mais objetivo possível (FOLHA, 2013, p. 34).



Você já deve ter ouvido sobre a "neutralidade da notícia"! O quanto é importante o profissional ser isento, não se posicionar e simplesmente (não que isso seja simples) noticiar a informação.

Entretanto, é importante entendermos que o ser humano não é neutro. Esta afirmação da Folha de São Paulo (2013) demonstra e reconhece que ao escolher uma palavra ou uma construção de texto, o jornalista está sendo tendencioso. O que o veículo exige dos profissionais é a busca e a obrigatoriedade da objetividade. A precisão na apuração das informações.

Dito isso, podemos voltar a nossa reflexão sobre o que é jornalismo!



Refleta

Em uma entrevista à Revista Imprensa, nº 259, ano 23, de agosto de 2010, p. 22 a 27, Clóvis Rossi discutiu sobre os aspectos motivacionais do jornalismo e dos jornalistas. Ele afirmou que: "o jornalismo vive da anomalia, não da normalidade. A gente vive do avião que caiu. Desgraçadamente vivemos do avião que caiu, não porque a gente goste, mas porque cai. Se a gente fosse noticiar 'Hoje todos os aviões decolaram e pousaram no horário' ninguém ia comprar jornal. Ia comprar o timetable da TAM, da Varig".

Você concorda com esta visão do autor?

Que tal sermos ousados?



Faça você mesmo

Pesquise e reflita sobre o que é jornalismo para você.

Agora, coloque no papel, sob a ótica da sua pesquisa e também sob a sua ótica:

- O que é jornalismo?

Vamos lá?

Ah, jornalista não pode ter vergonha! Pergunte, posicione-se, discuta! Este é um exercício fundamental para sua formação profissional.

Ciro Marcondes Filho, doutor em Comunicação, docente da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e autor de diversos livros na área de comunicação e jornalismo, em sua obra *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*, publicada em 2000, faz um quadro da evolução do jornalismo, dividindo-o em cinco grandes épocas evolutivas.



- **Pré-história do jornalismo: de 1631 a 1789.** Caracterizada por uma economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro.

- **Primeiro jornalismo: 1789 a 1830.** Caracterizado pelo conteúdo literário e político, com texto crítico, economia deficitária e comandado por escritores, políticos e intelectuais.

- **Segundo jornalismo: 1830 a 1900.** Chamada de imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas, a criação de reportagens e manchetes, a utilização da publicidade e a consolidação da economia de empresa.

- **Terceiro jornalismo: 1900 a 1960.** Chamada de imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens, influência das relações públicas, grandes rubricas políticas e fortes grupos editoriais que monopolizam o mercado.

- **Quarto jornalismo: de 1960 em diante.** Marcado pela informação eletrônica e interativa, como ampla utilização da tecnologia, mudança das funções do jornalista, muita velocidade na transmissão de informações, valorização do visual e crise da imprensa escrita (MARCONDES, 2000, p. 48).

Ao falarmos da história do jornalismo no Brasil, estamos entrando também na história da imprensa no país, já que o jornalismo pôde acontecer aqui, à medida em que a imprensa se instalou no país e possibilitou a **democratização** da informação também.

Porém, não dá para deixar de fora o aspecto social disso. Entenda o porquê!

A imprensa chegou ao Brasil só 14 anos antes da independência do país de Portugal, com a chegada da Família Real, em 1808. No restante do mundo, Johannes Guttenberg já havia pesquisado e inaugurado o processo gráfico –

em 1440 – por meio da prensa móvel. No início dos anos de 1700 é que este equipamento foi adaptado para a fabricação de jornais.

Esta demora ocorreu porque no Brasil o processo de colonização esteve voltado para a exportação da produção de bens, o que dificultava e atrasava o desenvolvimento interno. O interesse da população também não era tão presente, já que uma parcela pequena da sociedade era alfabetizada, a população indígena não dominava o idioma da Coroa. Além do aspecto urbano, que era pouco estimulado e tinha baixo investimento estatal. Portugal também censurou a imprensa neste período pré-independência.

A chegada de D. João e da família real ao país provocou significativas transformações. Os portos foram abertos, houve investimento na economia e a urbanização passou a ser estimulada. Foram criados museus, escolas, bibliotecas etc.

Durante os 14 anos, entre a chegada do príncipe regente e a independência de Portugal, existiu a Imprensa Régia, que se caracterizava pela censura prévia que o governo exercia. Não se publicava nada contra a religião, os bons costumes ou o governo.

Historiadores ainda não são unânimes em afirmar qual é o primeiro jornal brasileiro. Hipólito José da Costa Pereira Furtado de Mendonça (ou simplesmente Hipólito José da Costa) – português, naturalizado brasileiro; jornalista, maçom e diplomata – criou o “Correio Braziliense”, editado em Londres, que circulou de 1º de junho de 1808 a 1823 (29 volumes editados, no total).

Três meses depois do lançamento da primeira edição do Correio, é lançada, no Rio de Janeiro, a “Gazeta do Rio de Janeiro”. Seu editor era o Frei Tibúrcio José da Rocha e seu redator era Manuel Ferreira de Araújo Guimarães, considerado o primeiro jornalista profissional do país.

O único consenso que se tira disso, é que a imprensa no país iniciou seus trabalhos em 1808, com a publicação da primeira edição do “Correio Braziliense”.



Pesquise mais

O site do Observatório da Imprensa publicou o artigo *O primeiro jornal do Brasil?* de Matías M. Molina, em 11/03/2014, na edição 789. Nele, você poderá conhecer peculiaridades da história da imprensa do país e algumas curiosidades sobre a chegada da imprensa. Não deixe de acessar: MOLINA, Matías M. O primeiro jornal do Brasil? **Observatório da Imprensa**, São Paulo, n. 789, p. 276, 11 mar. 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/imprensa-em-questao/_ed789_o_primeiro-jornal_do-brasil/>. Acesso em: 25 ago. 2016.

Este é um período da história em que os jornais são efêmeros. Você sabe o que significa isso? Significa que não existe uma regularidade na periodicidade de publicação, que não se sabia qual seria o dia da próxima edição, nem se ela sairia realmente. É um momento da história em que o número de veículos começa a se multiplicar em todo o país.

Um tipo de publicação, conhecida como "pasquim", que tem como característica o caráter mais satírico e crítico, ganha espaço e força no período imediatamente anterior à Independência. Revoltas que marcaram este momento histórico – como a Cabanagem, a Sabinada, a Balaiada e a Guerra dos Farrapos – foram insufladas por estes jornais que transmitiam ideologias novas à sociedade.

O Segundo Reinado foi o período do governo de D. Pedro II, que começou em 23 de julho de 1840 (com a mudança da Constituição e o reconhecimento da capacidade de governar do então príncipe – que tinha 14 anos) e terminou em 15 de novembro de 1889, com a Proclamação da República. Neste momento histórico, o jornalismo e a imprensa foram acrescidos da fotografia e da ilustração, como forma de completar a informação. Por estarmos em uma sociedade em que o índice de analfabetismo era alto, estes elementos contribuíram para a força das publicações crescer. Os principais assuntos que permeavam as páginas dos jornais eram as campanhas pela abolição da escravatura e a proclamação da república. Ambos fatores que levaram ao enfraquecimento e à queda da monarquia no Brasil.

Você consegue perceber como o jornal, o jornalismo e os jornalistas têm um papel social fundamental para a estruturação do país?

Os primeiros anos da República levam o jornalismo a um processo de transição. O aspecto artesanal da produção dá espaço a um negócio, a uma empresa. O caráter opinativo dá espaço ao jornalismo noticioso, de informação. Assis Chateaubriand – dono dos "Diários Associados" e precursor da TV no Brasil – torna-se uma figura importante no mercado editorial, já que é proprietário de uma rede de jornais. Além de Chatô (como era conhecido), Irineu Marinho (pai de Roberto Marinho) funda o Jornal O Globo, o início das Organizações Globo que existem até os dias de hoje.

Com a migração dos grandes veículos para este caráter empresarial, pequenos grupos começam a editar jornais para grupos sociais específicos, como os negros, os operários e o segmento das artes, como *A Província de São Paulo* e as publicações do Movimento Pau Brasil e do Movimento Antropofágico.

O período das duas grandes guerras também é um momento de mudança e crescimento para a imprensa, tendo o rádio, na Segunda Guerra Mundial, uma forte presença e um poder de mobilização significativo junto à sociedade da época.



Pesquise mais

Conheça um pouco mais sobre a presença do rádio durante o período da Segunda Grande Guerra por meio deste artigo, publicado no Observatório da Imprensa:

SILVA, Raissa Araújo do Rosário. Papel e importância do rádio através da história. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, n. 718, 30 out. 2014. Disponível em: <<http://observatoriodaimpresa.com.br/interesse-publico/ed718-papel-e-importancia-do-radio-atraves-dahistoria/>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

O rádio possuiu um papel tão importante neste período da história que noticiosos como o Repórter Eron tiveram 27 anos de existência, com grande audiência!



Exemplificando

Eron Domingues, jornalista e radialista brasileiro de grande credibilidade, viveu uma epopeia pessoal quando da transmissão do fim da Segunda Guerra Mundial. Dedicado ao extremo, o profissional chegava a dormir na redação para não "perder" nenhum momento significativo da história. As negociações pelo fim da guerra já vinham se estendendo por algum tempo, então, ele foi convencido pelos colegas a ir descansar em casa. Quando ele estava em casa, ouviu pela emissora concorrente que a guerra havia terminado! O que poderia ser motivo de tristeza, na verdade saiu como uma consagração pessoal para Eron. A população fazia uma única pergunta: "O Repórter Eron já deu? Se o repórter Eron ainda não deu, não deve ser verdade!" Rapidamente ele voltou para a emissora para noticiar o fim da guerra.

Qual a importância da credibilidade para o jornalista? Como construir isso?

A chegada ao poder e a queda de presidentes e governantes no mundo todo ocorre com o apoio ou com o posicionamento contrário da imprensa do país. É uma forma de lermos a história e entendermos o papel social do jornalismo.

Quando de sua volta ao poder, em 1951, Getúlio Vargas não contava com o apoio de Assis Chateaubriand e de seus veículos, porém a *Última Hora*, jornal fundado por Samuel Wainer, colocava-se ao lado do presidente. A TV Tupi, inclusive, foi usada com o propósito, também, de atacar a figura de Getúlio Vargas.

A partir do suicídio do presidente, a ascensão de Juscelino Kubstickek e a eleição de Jânio Quadros para a Presidência da República, a imprensa passa por um período de calma política.

A renúncia de Jânio, sete meses após a posse e a ascensão de João Goulart – o Jango – ao poder, leva o país a um momento político conturbado e de polaridade de aprovação. O ano de 1964 é marcado pelo Golpe de Estado no Brasil que tem, inicialmente, o apoio da imprensa e de parte da sociedade civil. Posteriormente, com o período de perseguição, censura e exílios, o cenário de apoio se inverte.

Atentados a bomba, invasões das redações, prisões, pressão sobre os donos dos veículos, inquéritos policiais, violência física, tudo isso fez parte do período de ditadura e esteve presente no universo das redações.

O governo não dava satisfação de seus atos, a comunicação oficial se limitava a exaltar fatos positivos, os fatos negativos eram apagados com a repressão e o governo usava de slogans como "Ninguém segura este país" ou "Brasil: ame-o ou deixe-o" para exercer autoridade e promover o otimismo. Atos Institucionais (AI) foram editados, dando poderes ao governo militar para reprimir e controlar a sociedade, a política e a imprensa.

Ernesto Geisel, que ocupou a presidência em 1974, começou o processo de abertura política, que pretendia reestabelecer a hierarquia militar de forma lenta, gradual e segura. Esse processo continuou no governo Figueiredo e em 1978 o Ato Institucional 5 (AI5) – o mais temido dos Atos Institucionais – foi revogado. O AI5 deu ao presidente o poder de fechar o congresso, intervir nos estados e municípios, respaldou juridicamente instrumentos de censura (prévia e autocensura), por meio dos quais a tortura tornou-se instrumento de repressão legítima.

Percebendo este período de mudança, grandes veículos começaram a adotar uma linha editorial mais alternativa, ganhando grande popularidade, apoiando as "Diretas Já" e a eleição de Tancredo Neves para o período de transição para as eleições diretas de 1989.

Com a morte de Tancredo Neves e a ascensão do José Sarney ao governo, a imprensa passa por um período de maior liberdade e de concentração dos meios de comunicação. A informação e o entretenimento desenvolvem-se nos veículos, aliados ao processo de desenvolvimento tecnológico. O novo jornalismo (*New Journalism*), inaugurado pela Revista Realidade, em 1966, ganha espaço, levando aspectos da literatura e da cultura para os grandes veículos.



Assimile



No Brasil, o maior expoente no 'novo jornalismo' foi a criação da revista Realidade, lançada em abril de 1966. O sucesso foi tão grande que em um ano sua

tiragem dobrou (de 251.250 para 505.300). A cobertura era ampla e ambiciosa. A revista traçava uma espécie de mapa da realidade contemporânea, sem resistência a esta ou aquela pauta. O mundo e o Brasil, em especial, eram desvendados de modo multifacetado. Realidade dava ao acontecimento um caráter de permanência. A preocupação era com o contexto e a situação em torno do acontecimento.

Por ser mensal, o tempo de apuração, fundamentação e documentação livrava os profissionais da revista do círculo vicioso e imediatista dos jornais. O repórter mergulhava no assunto que tinha de cobrir, por vezes até confundindo-se com o novo universo de abordagem. A captação da essência do assunto/tema não era apenas “intelectual” (razão), mas também emocional, um pouco da sensação/impressão iniciada com o New Journalism. Além disso, o texto de Realidade era solto, fora das fórmulas tradicionais do jornalismo diário.

MARSHALL, Leandro. Breve resumo sobre o New Journalism. Disponível em: <<https://leandromarshall.files.wordpress.com/2012/02/breve-resumo-sobre-o-new-journalism.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2016.



Vocabulário

Fonte: é qualquer pessoa ou entidade que detenha informações necessárias para a apuração de uma matéria. As fontes são protegidas pela Constituição Federal e o jornalista nunca pode ser obrigado a revelar seus informantes.

Lauda: é uma forma de padronizar o tamanho dos textos. Uma lauda corresponde a um texto de 1400 caracteres com espaços. Alguns veículos utilizam também a contagem de 65 caracteres por linha de texto. É por meio da lauda que quantificamos o texto de uma edição de um jornal; ela também é utilizada em qualquer tipo de mídia.

Meio de comunicação: são as ferramentas que possibilitam que os seres humanos mandem ou recebam informações dissociadas no espaço e/ou no tempo. Eles podem ser individuais, como a carta, o telefone ou os comunicadores instantâneos de troca de mensagens, tipo o Whatsapp, ou podem ser de massa: jornal, rádio, TV, internet etc.

Sem medo de errar

Preparado para colocar a mão na massa, ou, melhor, na caneta? Então vamos lá.

João é um estudante do final do curso de Jornalismo de uma faculdade no Brasil. Para completar seu currículo de formação acadêmica, ele – e todos os seus colegas de classe – devem fazer o estágio de formação profissional em um veículo de comunicação. Durante todo o curso, João sempre se identificou mais com os veículos impressos, em especial o jornalismo de revista, por seu caráter mais aprofundado – quase documentarista – e menos *hardnews* (imediatista). Por este motivo, ele batalhou muito e conquistou a vaga de estagiário em uma revista semanal, de linha editorial generalista, que dá destaque a assuntos que vão desde a política e a polícia até o esporte e a cultura.

Por estarmos em período de acontecimento dos Jogos Olímpicos na cidade do Rio de Janeiro e por conta da circulação nacional da revista de João, o jovem foca foi escalado para auxiliar na pauta de capa da edição desta semana. Seu papel é levantar o histórico dos Jogos Olímpicos Modernos, desde a Grécia até os dias de hoje.

O desafio de João é fazer uma matéria que tem como característica natural tratar do que é novo, falando de um assunto tão velho e desgastado. Pauta é pauta e ele precisa pensar!

A solução encontrada por ele, então, é a seguinte:

"Vou fazer um paralelo entre a evolução dos jogos, suas edições e curiosidades e o momento político, histórico e tecnológico que cada uma das olimpíadas viveu! Para isso, vou usar como fonte de pesquisa matérias jornalísticas publicadas nos veículos de cada época e destacar as informações mais importantes abordadas por elas".

Por exemplo, em 1972, a delegação de Israel foi atacada durante os Jogos Olímpicos de Munique, na extinta Alemanha Ocidental, por um grupo extremista denominado Setembro Negro. Nesta tragédia, 17 pessoas morreram, sendo, seis treinadores e cinco atletas de Israel; cinco membros do grupo Setembro Negro e um policial da Alemanha Ocidental. O objetivo do ataque foi chamar a atenção mundial para a causa da Independência da Palestina, cujo território estava ocupado pelo exército israelense desde o final da década de 1960. A mídia mundial dava cobertura ao evento esportivo quando o ataque aconteceu, portanto, o mundo todo acompanhou o massacre em Munique.

Viu só como é possível trabalhar a história dos jogos e a sua contextualização geográfica e temporal? Esta é a tarefa do João (e a sua)! Vocês precisam redigir a matéria! Vocês têm a capa da revista esta semana! É a sua chance de mostrar

serviço e, quem sabe, deixar de ser estagiário e ser efetivado na função de jornalista!

Ah! Não se esqueça! A matéria precisa ser ilustrada! Portanto, utilize fotografias de arquivos (da época de cada fato que você citará na matéria) ou então produza fotografias atuais ou ilustrações (charges, infográficos etc.) para compor seu texto. Apresente pelo menos uma imagem por página de texto (cinco páginas = no mínimo cinco fotos). Lembre-se de que uma delas será utilizada na capa!



Atenção

Lembre-se do que nos alerta o Manual de Redação e Estilo da Folha:

“Não existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma uma série de decisões que são em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções”, mais isso não exime o jornalista da obrigação de ser o mais objetivo possível (FOLHA, 2013, p. 34).

Também, nunca se esqueça de que a neutralidade é um objetivo do jornalismo! Procure trabalhar com isenção e responsabilidade, sem se posicionar de forma positiva ou negativa a respeito de fatos e opiniões!

Avançando na prática

Pautando o papel social do jornalismo!

Descrição da situação-problema

Em 22 de agosto de 2016, o jornalismo perdeu um de seus grandes profissionais. Geneton Moraes Neto era um “servidor incondicional da notícia”! Em 1993, ele esteve no sertão de Pernambuco contando a história de um grupo de crianças pobres que aprendia música clássica por meio da dedicação de pessoas que usavam a música como uma forma de proporcionar uma chance de futuro para eles.

Por meio matéria feita em São Caetano, no alto do Morro do Cristo, o grupo conquistou muitas coisas e cresceu. Isso por que o documentarista Geneton levou a história deste grupo para inúmeros lugares, e a matéria concorreu – e venceu – diversos prêmios. Assim, convites foram surgindo, investimentos foram feitos e, hoje, vinte e três anos depois, o grupo possui sede, professores e exporta talentos para orquestras e universidades do Brasil e do mundo.

A partir deste exemplo, desafio você a elaborar uma pauta, de cunho social, para ser publicada em um programa tipo “Revista Eletrônica” – um programa semanal de televisão que dá espaço tanto para as notícias importantes da semana, quanto

para assuntos polêmicos ou pequenos documentários que contêm histórias que emocionam e podem ajudar a sociedade a se descobrir. Vale destacar que não estamos falando de uma linha editorial sensacionalista.

Resolução da situação-problema

Para solucionar esta tarefa, você deverá escolher o tema (etapa inicial e fundamental para todas as outras), identificar um – ou mais – local para gravação, potenciais personagens para entrevista e imagens que deverão ser capturadas.

Escreva a pauta, orientando o repórter – que muitas vezes não é a pessoa que elabora a pauta – sobre o que ele deverá encontrar, o que deverá buscar, qual linha deverá seguir. E, caso aconteça algum imprevisto, indique possibilidades/alternativas.

Faça valer a pena

1. Clóvis Rossi (2000) afirma que: "o jornalismo vive da anomalia, não da normalidade. A gente vive do avião que caiu. Desgraçadamente vivemos do avião que caiu, não porque a gente goste, mas porque cai. Se a gente fosse noticiar 'Hoje todos os aviões decolaram e pousaram no horário' ninguém ia comprar jornal. Ia comprar o timetable da TAM, da Varig".

Apesar da neutralidade ser uma busca constante na vida de jornalistas e veículos, os grandes manuais de redação e estilo, como o de jornais como Folha de São Paulo e Estadão, afirmam que:

a) Não existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma uma série de decisões que são em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções, mais isso não exime o jornalista da obrigação de ser o mais objetivo possível.

b) Existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma uma série de decisões que são em larga medida subjetivas, influenciadas por suas posições pessoais, hábitos e emoções, mais isso não exime o jornalista da obrigação de ser o mais objetivo possível.

c) Não existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista utiliza os recursos que estiverem ao seu alcance no momento, não caracterizando isso objetividade ou neutralidade de postura ou ética.

d) Existe objetividade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o jornalista utiliza os recursos que estiverem ao seu alcance no momento, não caracterizando isso objetividade ou neutralidade de postura ou ética.

e) Existe neutralidade em jornalismo. Ao redigir um texto e editá-lo, o

jornalista utiliza os recursos que estiverem ao seu alcance no momento, não caracterizando isso objetividade ou neutralidade de postura ou ética.

2. **Ciro Marcondes Filho** (2000, p. 48), doutor em Comunicação, docente da Escola de Comunicação e Artes (ECA) da USP (Universidade de São Paulo) e autor de diversos livros na área de comunicação e jornalismo, em sua obra *Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos*, faz um quadro da evolução do jornalismo, dividindo-o em cinco grandes épocas evolutivas.

Os cinco períodos da evolução do jornalismo catalogados por **Ciro Marcondes Filho** estão caracterizados, respectivamente, pelas seguintes características:

a) Pré-história: imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens; Primeiro jornalismo: conteúdo literário e político, com texto crítico; Segundo jornalismo: chamada de imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas; Terceiro jornalismo: economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro; Quarto jornalismo: informação eletrônica e interativa, com ampla utilização da tecnologia.

b) Pré-história: economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro; Primeiro jornalismo: informação eletrônica e interativa, com ampla utilização da tecnologia; Segundo jornalismo: chamada de imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas; Terceiro jornalismo: imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens; Quarto jornalismo: conteúdo literário e político, com texto crítico.

c) Pré-história: economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro; Primeiro jornalismo: conteúdo literário e político, com texto crítico; Segundo jornalismo: chamada de imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas; Terceiro jornalismo: imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens; Quarto jornalismo: informação eletrônica e interativa, com ampla utilização da tecnologia.

d) Pré-história: economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro; Primeiro jornalismo: imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens; Segundo jornalismo: chamada de imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas; Terceiro jornalismo: conteúdo literário e político, com texto crítico; Quarto jornalismo: informação eletrônica e interativa, com ampla utilização da tecnologia.

e) Pré-história: conteúdo literário e político, com texto crítico; Primeiro jornalismo: economia elementar, produção artesanal e forma semelhante ao livro; Segundo jornalismo: chamada de imprensa de massa, marca o início da profissionalização dos jornalistas; Terceiro jornalismo:

imprensa monopolista, marcada por grandes tiragens; Quarto jornalismo: informação eletrônica e interativa, com ampla utilização da tecnologia.

3. Eron Domingues, jornalista e radialista brasileiro de grande credibilidade, viveu uma epopeia pessoal quando da transmissão do fim da Segunda Guerra Mundial. Dedicado ao extremo, o profissional chegava a dormir na redação para não "perder" nenhum momento significativo da história. Porém, as negociações pelo fim da guerra já vinham se estendendo por algum tempo. Ele, então, foi convencido pelos colegas a ir descansar em casa. Quando ele estava em casa, ouviu pela emissora concorrente que a guerra havia terminado! O que poderia ser motivo de tristeza, na verdade saiu como uma consagração pessoal para Eron. A população fazia uma única pergunta: "O repórter Eron já deu a notícia? Se o repórter Eron ainda não deu, não deve ser verdade!" Rapidamente ele voltou para a emissora para noticiar o fim da guerra.

A comunicação tem, no período das Grandes Guerras Mundiais, um avanço bastante significativo. Um veículo ganha força neste período e tem sua "era de ouro"! Qual das assertivas mais bem representa este avanço?

a) O período das duas grandes guerras também é um momento de mudança e crescimento para a imprensa, tendo o rádio, na Primeira Guerra Mundial, uma forte presença e um poder de mobilização significativo junto à sociedade da época.

b) O período das duas grandes guerras também é um momento de mudança e crescimento para a imprensa, tendo a televisão, na Primeira Guerra Mundial, uma forte presença e um poder de mobilização significativo junto à sociedade da época.

c) O período das duas grandes guerras também é um momento de mudança e crescimento para a imprensa, tendo o jornal diário, na Segunda Guerra Mundial, uma forte presença e um poder de mobilização significativo junto à sociedade da época.

d) O período das duas grandes guerras também é um momento de mudança e crescimento para a imprensa, tendo o rádio, na Segunda Guerra Mundial, uma forte presença e um poder de mobilização significativo junto à sociedade da época.

e) O período das duas grandes guerras também é um momento de mudança e crescimento para a imprensa, tendo a televisão, na Segunda Guerra Mundial, uma forte presença e um poder de mobilização significativo junto à sociedade da época.

Seção 1.2

Notícia e fluxo de informação

Diálogo aberto

Olá querido parceiro de aventuras pelo universo do jornalismo!

Gostou de nossa primeira experiência? O João se saiu muito bem na elaboração de sua matéria, não é mesmo?! Que bom! A dedicação de um profissional à pesquisa e à elaboração de uma matéria é ponto crucial para o sucesso de uma publicação.

Agora, vamos acompanhar o jovem Pedro, que é colega de sala de João no curso de Jornalismo. Ele ama o universo televisivo e tem, neste veículo, seu grande objetivo de vida profissional. Para Pedro, coube uma matéria de quatro minutos sobre as melhorias que foram feitas na cidade para os jogos. Ele deve encontrar pessoas que falem sobre o antes e o depois das obras. É fundamental que apresente imagens bonitas sobre os pontos apresentados e, com isso, demonstre critérios claros de seleção da informação e construção da notícia.

Para isso, nesta seção, vamos entender o que é notícia – um conceito que vai além da identificação de um gênero textual. Outro tema será a noticiabilidade – você sabe o que é e como se aplica? Vamos discutir e compreender que os assuntos abordados nos jornais do mundo todo não são "aleatórios". Existem um critério e uma técnica de seleção destes assuntos.

A ética na produção da notícia também é um aspecto fundamental no trato com a informação. Nós vamos conversar sobre isso e ilustrar com exemplos de momentos que exaltaram ou feriram a ética profissional.

Para encerrar a seção, nosso último tópico será sobre a informação. Você sabia que existe um fluxo de informações? Ele diz respeito tanto ao que se produz de conteúdo, quanto à qualidade do que é veiculado entre países, principalmente entre grupos desenvolvidos e subdesenvolvidos.

Preparado para iniciar mais uma etapa de nossa jornada de foga, rumo à excelência do jornalismo?

Então vamos lá! Bons estudos!

Não pode faltar

Podemos começar nossos trabalhos fazendo um "desabafo" sobre como é difícil conceituar notícia! Pode parecer estranho, mas a busca por uma definição "definitiva" sobre notícia foi algo que me desgastou bastante!

Muitos autores apresentam sua visão sobre a notícia. O consenso se dá na caracterização da notícia como um gênero textual jornalístico! Fora isso, visões diferentes se apresentam. Olhe só!



Pesquise mais

No Ensaio, publicado na Revista PJ: BR, publicada pela Escola de Comunicação e Artes da USP, Suzi Hantke aborda a maneira como os estudos de comunicação, em especial os da área do jornalismo, foram estruturados e iniciados. Para conhecer um pouco melhor estas teorias, você pode acessar o link da revista e aprofundar os conceitos apresentados por Otto Groth e outros pensadores.

HANTKE, Suzi Garcia. O conceito de notícia como norte na teorização do jornalismo. Ensaio: **Revista PJ: BR Jornalismo Brasileiro**. 2003. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/ensaios_004.htm>. Acesso em: 31 ago. 2016.

Ricardo Noblat é um renomado jornalista brasileiro, pernambucano, que trabalhou em grandes revistas como: Manchete, Veja e IstoÉ; e em jornais, como: Jornal do Brasil, Correio Brasiliense e O Globo. É blogueiro e tem na política seu principal segmento de atuação. Para ele, que também é autor de diversos livros sobre jornalismo, "de forma simplificada, notícia é todo fato relevante que desperte interesse público, ensinam os manuais de jornalismo. Fora dos manuais, notícia na verdade é tudo que os jornalistas escolhem oferecer ao público" (NOBLAT, 2004, p. 34).

Já um outro autor, Sousa (2002, p. 13) afirma que a notícia é construída como um conjunto de "artefatos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e resultam de um processo de produção e fabricação onde interagem, entre outros, diversos fatores [...]". Ainda para Souza (2002), a notícia carrega uma novidade que tem seu sentido possível de ser entendido em determinados contextos – sejam eles históricos ou socioculturais. O receptor desta mensagem é o responsável por reconhecer e atribuir seu significado. Desta forma, percebe-se que a notícia, que é um produto jornalístico, é resultado de um discurso complexo que representa determinados aspectos da realidade cotidiana, "pela sua mera existência, contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes" (SOUSA, 2002, p. 13).

Se formos buscar uma outra definição, emitida por pesquisadores de fora do Brasil, encontramos a percepção de Alsina (2005, p. 334, tradução nossa), espanhol, que define notícia como “uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”.



Refleta

Segundo Park (2008, p. 51), a notícia é como “algo que faz as pessoas falarem”! Ela possui

o caráter de um documento público está limitado de um modo característico a eventos que causam mudanças súbitas e decisivas. Atenção exclusiva voltada para algumas coisas, inibe respostas a outras, resultando na limitação do alcance e caráter da notícia a qual a sociedade irá reagir coletiva ou individualmente. A função da notícia é orientar o homem e a sociedade no mundo real.



O que podemos compreender de tudo isso? O que é notícia para você? Discuta com seus colegas e procure olhar de forma profunda estes conceitos e eleja aquele que mais bem caracteriza este instrumento básico do trabalho do jornalista!

Você pode perceber que o conceito de notícia não é único. Muito menos devemos achar que foi sempre igual. Vimos a evolução da imprensa no Brasil. Na época do Brasil Colônia de Portugal, a informação e os textos opinativos não eram vistos como conteúdos de natureza diferentes. Eles eram publicados nos jornais e faziam parte de seu conteúdo naturalmente.

Já no período Imperial – que se estendeu até o final do século XIX – o jornalismo de caráter mais literário era mais presente. A questão do posicionamento do jornalista sobre os fatos noticiados permanecia. Nesta época, a maior influência sobre o jornalismo brasileiro vinha da França.

A partir de 1950, o modelo americano de jornalismo começa a ser adotado pela imprensa brasileira, com isso, as notícias de caráter informativo passaram a predominar nos veículos e os textos opinativos a ser tratados como um conteúdo específico e isolado em espaços específicos dos jornais.



Assimile

Com a adoção do modelo americano de jornalismo, passou-se a esperar do profissional um distanciamento em relação ao posicionamento, fazendo com que um texto não emitisse nenhuma opinião do seu autor. Trata-se de uma conduta e um estilo que se estende até agora e caracteriza a notícia!

O segundo aspecto que devemos trabalhar nesta seção é o conceito de noticiabilidade. Em seu livro *Conceitos de jornalismo: norte e sul*, Michel Kunczick (2001, p. 45) afirma que:



Compreende-se noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (KUNCZICK, 2001, p. 45).

Para estabelecer e categorizar os assuntos, a noticiabilidade passa a ser vista e trabalhada a partir da visão de Galtung e Ruge (1965) que chegaram a doze valores-notícia. Depois destes dois pesquisadores, diversos outros, entre eles: Nelson Traquina, Mauro Wolf e Michael Kunczick e os brasileiros Manuel Carlos Chaparro, Mário Erbolato e Nilson Lage também elencaram valores-notícias.

O quadro a seguir é composto a partir da análise de todos estes estudos e da extração de aspectos abordados pela maioria deles. Não há um caráter de ranqueamento na sequência em que os tópicos aparecem. Veja:

Quadro 1.1 | Elenco de valores-notícias

POLÊMICA Controvérsia e escândalo	RARIDADE Incomum, original e inusitado
ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura, divertimento, esporte e comemoração	IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato), número de pessoas afetadas (pelo fato) e grandes quantias (dinheiro)
PROXIMIDADE Geográfica e cultural	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas, invenções, pesquisas, progresso, atividades e valores culturais e religião
CONFLITO Guerra, rivalidade, disputa, briga, greve e reivindicação	JUSTIÇA Julgamentos, denúncias, investigações, apreensões, decisões judiciais e crimes
PROEMINÊNCIA Notoriedade, celebridade, posição hierárquica, elite (indivíduo, instituição, país) e sucesso/herói	GOVERNO Interesse nacional, decisões e medidas, inaugurações, eleições, viagens e pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe, acidente, risco de morte e morte, violência/crime, suspense, emoção e interesse humano	SURPRESA Inesperado

Fonte: elaborado pela autora.

A partir deste mapeamento, é possível buscar enquadrar o potencial interesse da opinião pública a respeito de um determinado assunto, verificando se ele atende a um destes valores. Ao atender a um – ou mais – aspectos deste cenário, a tendência é compreender a percepção de valor/importância que o receptor dará para a informação.



Exemplificando

Você quer um exemplo? Vamos lá!

Na madrugada do dia 23 para o dia 24 de agosto de 2016, a Itália foi atingida por um forte terremoto que atingiu cidades e vilarejos montanhosos do centro do país. As províncias de Ascoli Piceno, Fermo e Macerata, na região de Marche, e de Nórchia, na região de Úmbria, foram as mais destruídas. O tremor aconteceu a uma profundidade de apenas 10km, o que representa um alto potencial de causar grandes danos e vítimas.

O prefeito de Amatrice, na província de Rieti, na Itália, confirmou que "metade da cidade" sofreu fortes danos como consequência do terremoto de magnitude 6 na escala Richter.

Se fôssemos classificar esta notícia a partir do quadro de valores-notícia, sob quais aspectos ela teria relevância de publicação?

- Tragédia – trata-se de uma catástrofe.
- Raridade – é algo incomum e inusitado.
- Impacto – um grande número de pessoas afetados pelo fato.
- Surpresa – foi algo inesperado.

Viu só? Fizemos este exercício a partir de um fato já noticiado. Entretanto, é um exercício diário do jornalista no processo de seleção da notícia!

O terceiro aspecto que precisamos abordar nesta seção é o da ética na produção da notícia. Se resgatarmos o conceito de notícias que Ricardo Noblat (2004, p. 34) nos propõe, ele diz que "notícia na verdade é tudo que os jornalistas escolhem oferecer ao público". Então, você concorda comigo que a linha que estabelece a conduta ética é muito tênue? Ao afirmar que o jornalista "escolhe o que oferecer ao público", Noblat (2004) coloca sob os ombros do jornalista uma responsabilidade imensa.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), carta magna da conduta profissional daqueles que se dedicam à produção da notícia diz, em seu artigo 4º, afirma que Art. 4º o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no

relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.

Já na sequência, o documento trata daquilo que o jornalista deve seguir. O artigo 6º descreve em detalhes algumas condutas, entre elas podemos destacar (CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS, 2007):



Art. 6º É dever do jornalista:

I - opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos;

II - divulgar os fatos e as informações de interesse público;

III - lutar pela liberdade de pensamento e de expressão;

[...]

VI - não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha;

VII - combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação;

VIII - respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão;

[...]

XIV - combater a prática de perseguição ou discriminação por motivos sociais, econômicos, políticos, religiosos, de gênero, raciais, de orientação sexual, condição física ou mental, ou de qualquer outra natureza.

Além disso, existem coisas que o profissional não pode fazer ao redigir uma notícia. Você sabia que, também de acordo com o Código de Ética, artigo 7º, o jornalista não pode (CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS, 2007):



[...]

II - submeter-se a diretrizes contrárias à precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação;

III - impedir a manifestação de opiniões divergentes ou o livre debate de ideias;

IV - expor pessoas ameaçadas, exploradas ou sob risco de vida, sendo vedada a sua identificação, mesmo que parcial, pela voz, traços físicos, indicação de locais de trabalho ou residência, ou quaisquer outros sinais;

V - usar o jornalismo para incitar a violência, a intolerância, o arbítrio e o crime;
[...]

Tudo isso, faz com que a produção da notícia seja o mais isenta possível, seguindo um padrão ético de trabalho e divulgação.



Exemplificando

Em 1994, uma escola de Educação Infantil localizada na Zona Sul de São Paulo (SP) foi destruída pela opinião pública por causa de denúncias infundadas de abuso sexual contra crianças de 4 anos. A Escola Base – de propriedade do casal Shimada – tinha como professora Paula Alvarenga e como motorista do transporte escolar seu esposo Maurício. Os quatro foram acusados de usar a Kombi dirigida por Maurício como o local dos abusos.

A imprensa, sem que houvesse uma apuração definitiva da justiça – que inclusive inocentou os envolvidos após a investigação – divulgou matérias de cunho difamatório e sob um posicionamento parcial do fato. Isso levou a opinião pública a condenar os profissionais e a escola foi desacreditada e difamada, tendo assim que encerrar suas atividades.

Figura 1.1 | Fachada da escola logo após as denúncias na mídia



Fonte: <<http://www.pragmatismopolitico.com.br/wp-content/uploads/2012/12/escola-base.jpg>>. Acesso em: 5 set. 2016.

Algumas das manchetes publicadas na época são bastante "pesadas". Veja:

"Kombi era motel na escolinha do sexo", publicou o jornal Notícias Populares, editado pelo Grupo Folha.

"Perua escolar carregava crianças para a orgia", escreveu a extinta Folha da Tarde.

Está vendo como o posicionamento do profissional, a isenção e a ética de um profissional de jornalismo são fundamentais para a qualidade da notícia e pela extensão de seu efeito? Pense nisso.

Por fim, vamos abordar o aspecto do fluxo das informações. Você saberia dizer como as informações surgem? De onde vêm e para onde vão?

Ao falarmos no conceito de fluxo de informações, estamos nos referindo a três campos diferentes do conhecimento. Ele pode ser aplicado à Teoria da Informação, área do conhecimento que está intimamente ligada aos modelos matemáticos e à informática. Podemos aplicá-lo também à semiótica, campo de estudo que pensa os fluxos na composição do discurso, e à Teoria da Comunicação, que será nosso foco de estudos nesta seção.

Essa ideia diz respeito à qualidade e à quantidade de informação veiculada entre os diversos países, principalmente entre os países ricos (tidos como desenvolvidos) e os pobres (subdesenvolvidos).

Após o período de guerras mundiais, vários institutos de pesquisa utilizaram a metodologia de medição qualitativa e quantitativa, além da análise de conteúdo, para avaliar as publicações do mundo todo. A conclusão foi que as informações, principalmente as de jornalismo e as de mídias alternativas, seguem o percurso dos países ricos para os países pobres e entre os próprios países ricos, mais do que falando a respeito dos países pobres.

Além disso, se fizermos uma análise histórica, desde sempre o jornalismo se constitui num "campo" com dois polos: o ideológico e o econômico. O aspecto ideológico refere-se ao negócio e o econômico à prestação de serviço público.

Mais adiante, na Unidade 3, falaremos sobre a cultura das organizações e a Teoria das Organizações. Por enquanto, só precisamos entender que as notícias são assim porque empresas e organizações jornalísticas determinam desta forma. Warren Breed (1955 apud Traquina, 2001, p. 74) fez uma análise em que afirma que a empresa que emprega o profissional tem influência no processo de produção da notícia. Isso tira o jornalista do grande holofote e coloca a empresa/organização jornalística como centro desta discussão.

Os grandes conglomerados de mídia e os "grandes empresários" são responsáveis pela maior fatia do que é publicado na mídia mundial.



Refleta

Observe o quadro a seguir e reflita um pouco sobre o fluxo de informação e a construção das notícias, dando um destaque especial aos proprietários dos principais empresários da comunicação no mundo.

Quadro 1.2 | Mapa dos grandes conglomerados de mídia no Brasil

País	Veículo/Grupo	Empresário
Brasil	Organizações Globo	Família Marinho
Brasil	Grupo Abril	Família Civita
Brasil	Folha de São Paulo	Família Frias
Brasil	O Estado de São Paulo	Família Mesquita
México	O grupo Televisa	Angel González
Colômbia	TV Caracol	Júlio M. Santo Domingo
Itália	Conglomerado de mídia Mediaset	Silvio Berlusconi
Alemanha	230 jornais e revistas	Axel Springer
Rússia	Principal jornal de oposição, o Novaya Gazeta.	ex-espião da KGB Alexander Lebedev
EUA	Cox Enterprises, fundado por seu pai em 1898	Anne Cox Chambers, 91 anos
EUA	News Corporation	Rupert Murdoch

Fonte: elaborado pela autora.

E estes são apenas alguns deles! Se você quiser conhecer mais, é só fazer uma rápida busca pela internet que será fácil localizá-los.

Sem medo de errar

O Pedro é nosso estudante de Jornalismo e está fazendo seu estágio em uma emissora de televisão. O sonho deste jovem foca é trabalhar em TV após se formar. Por isso, ao receber como incumbência a pauta sobre as obras na cidade do Rio para os Jogos Olímpicos, ele ficou muito motivado e feliz!

Sua grande chance de mostrar serviço chegou! Afinal, num momento de intensa demanda de produção, como é o caso de um evento como as Olimpíadas, sobra para todo mundo. E apesar de ser uma pauta relativamente fria, isto é, não está ligada a nenhum fato imediato ou inédito, ele quer fazer as coisas bem-feitas.

Para isso, nosso jovem foca irá organizar sua produção a partir do conceito de noticiabilidade e associará o fato escolhido ao elenco de valores-notícias. Para isso, ele deve eleger personagens e cenários para trabalhar a construção da matéria e selecionar bem as informações.

Entretanto, é fato que a emissora onde Pedro trabalha está batalhando para construir uma boa imagem do Rio de Janeiro e dos jogos, afinal, os investimentos que foram feitos pela empresa para a transmissão deste evento esportivo, os esforços para captação de patrocinadores e a necessidade de mobilização de mão de obra foram muito grandes para, agora, na hora do "vamos ver", as coisas darem errado! Então, é necessário fazer uma matéria bonita, visualmente, e interessante do ponto de vista de conteúdo.



Atenção

Que tal você tentar materializar esta ideia?

Caso seja possível captar imagens das melhorias da cidade, seria uma produção incrível. Para quem não tem condições logísticas para isso, o que você acha de selecionar umas imagens de arquivo?

Tanta coisa saiu a respeito durante os jogos!

A internet é um celeiro de materiais, um verdadeiro acervo público, disponível para pesquisa.

Aí você edita sua matéria, com a sua construção e seus critérios de noticiabilidade, mas a partir de imagens de arquivo.

E aí, vamos lá? Preparado para mais este desafio? Boa sorte, bom trabalho e sucesso!

Avançando na prática

Meu mundo caiu!

Descrição da situação-problema

Em 11 de setembro de 2001, os Estados Unidos sofreram um ataque terrorista que culminou com a destruição das Torres Gêmeas do World Trade Center. O fato, noticiado ao vivo por televisões do mundo todo, repercutiu ainda hoje.

Na época, a cobertura foi pautada nos valores-notícia de: raridade, impacto, conflito, justiça, proeminência, governo, tragédia/drama e surpresa. Isso para fazer uma análise rápida, generalista e superficial.

Passados muitos anos deste importante fato histórico, político e social, cabe à equipe do site em que você trabalha fazer um resgate da história como um

todo, para lembrar aos seus leitores detalhes ocorridos naquele momento e que acabaram se perdendo na memória das pessoas.

Você se lembra, por exemplo, como surgiram as primeiras imagens da tragédia? Quanto tempo depois do primeiro avião se chocar com a torre norte, o segundo impactou a torre sul? Que apesar de ter sido atingida depois, a primeira construção a desabar foi a torre sul? Que além das torres, localizadas no coração financeiro dos Estados Unidos e de Nova York, o Pentágono também foi atingido? E que uma outra aeronave foi derrubada no Estado da Pensilvânia e que seu destino era, provavelmente, a Casa Branca?

Tudo isso compõe a longa e trágica história do "11 de setembro". Cada detalhe ao ser divulgado na época provocou impacto e comoção mundial. E agora? Passados tanto tempo, como trabalhar esta notícia? Quão atual ela é? Quanto podemos explorar deste assunto?

Resolução da situação-problema

Vários podem ser os caminhos escolhidos como linha editorial da matéria de hoje. Alguns dos conceitos de valores-notícia explorados na época podem ser resgatados agora. O fato continua sendo raro, exerceu, e ainda exerce, um impacto na vida da sociedade mundial (regras, leis e fiscalizações mudaram por conta deste fato), o número de pessoas que morreram na época foi muito grande. Herdeiros de suas histórias, famílias atingidas, corporações afetadas se sustentam. O papel do governo, o medo que a surpresa causou continuam pairando sobre os americanos, principalmente, mas também sobre o mundo todo. Outros países que foram afetados por tragédias semelhantes também podem ilustrar a matéria.

Faça valer a pena

1. Ricardo Noblat (2004, p. 34) afirma que "notícia é todo fato relevante que desperte interesse público, ensinam os manuais de jornalismo. Fora dos manuais, notícia na verdade é tudo que os jornalistas escolhem oferecer ao público".

Segundo Park (2008, p. 51), a notícia é como "algo que faz as pessoas falarem"! Ela possui "o caráter de um documento público e está limitada de um modo característico a eventos que causam mudanças súbitas e decisivas.

Já para Alsina (2005, p. 34, tradução nossa), "notícia é como uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível".

Tendo percebido que não há consenso no que tange à definição de notícias, é correto afirmar que a adoção de modelos de trabalho é que estabeleceu o que se espera da conduta de um jornalista. Qual o modelo de jornalismo que impera hoje no mercado editorial do Brasil? Qual sua principal característica?

a) Modelo europeu de jornalismo. O profissional deve possuir um texto próximo ao literário, em que o leitor possa se encantar com a linguagem e o estilo.

b) Modelo russo de jornalismo. O profissional deve manter um distanciamento em relação ao posicionamento, fazendo com que um texto não emita nenhuma opinião do seu autor.

c) Modelo australiano de jornalismo. O profissional deve possuir um texto próximo ao literário, em que o leitor possa se encantar com a linguagem e o estilo.

d) Modelo americano de jornalismo. O profissional deve manter um distanciamento em relação ao posicionamento, fazendo com que um texto não emita nenhuma opinião do seu autor.

e) Modelo italiano de jornalismo. O profissional deve possuir um texto próximo ao literário, em que o leitor possa se encantar com a linguagem e o estilo.

2. Compreende-se noticiabilidade (*newsworthiness*) como "todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais" (KUNCZICK, 2001, p. 45).

A partir desta definição de noticiabilidade, podemos entender que são alguns dos valores-notícia:

a) Polêmica, curiosidade e distanciamento.

b) Impacto, cultura e inteligência.

c) Justiça, governo e surpresa.

d) Tragédia, conflito e coerência.

e) Polêmica, desconhecimento e impacto.

3. O conceito de notícias que Ricardo Noblat (2004, p. 34) nos propõe, diz que "notícia na verdade é tudo que os jornalistas escolhem oferecer ao público". Então, a linha que estabelece a conduta ética é muito tênue.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), carta magna da conduta profissional daqueles que se dedicam à produção da notícia, diz, em seu artigo 4º, que: "o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação".

Tendo isso em mente, avalie as assertivas e identifique quais estão corretas quanto ao dever do jornalista:

I- Opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão, bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.

II- Divulgar os fatos e as informações de interesse público.

III- Lutar pela liberdade de pensamento e de expressão.

IV- Não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha.

- a) Estão corretas as assertivas I, II, III e IV.
- b) Estão corretas as assertivas I, II e III.
- c) Estão corretas as assertivas II, III e IV.
- d) Estão corretas as assertivas II e III.
- e) Estão corretas as assertivas I e IV.

Seção 1.3

Prática profissional e seleção da notícia

Diálogo aberto

Bem-vindo a mais uma pauta! Animado?

Esta seção encerra a primeira unidade da disciplina de Teoria do Jornalismo. Durante nossa jornada até aqui, conhecemos três jovens formandos do curso de Jornalismo. João, Pedro e Mariana conseguiram estágio em veículos diferentes de comunicação. O ponto comum entre eles é o fato de serem colegas de classe e, por isso, poderão trocar informações e experiências do seu dia a dia profissional. O divergente está no tipo de veículo que cada um estagia: uma revista semanal, uma emissora de TV e um portal de notícias.

Nesta seção, vamos conhecer Mariana, nossa repórter on-line. Seu trabalho se estenderá por todo o período dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Por trabalhar em um site, é necessário que a informação seja publicada o mais rapidamente possível, sob sua responsabilidade estão os jogos de futebol e de vôlei, masculinos e femininos. Para isso, Mariana deverá entender o papel do jornalista e não pode se deixar influenciar pela porção "torcedora"! O objetivo será conhecer e refletir especificidades da profissão.

Por meio das atividades de Mariana, vamos conhecer as funções do jornalista e sua área de atuação; quais os processos que envolvem uma produção jornalística; os critérios para a seleção da notícia e como é feito o tratamento da informação jornalística nos diversos meios, incluindo as novas mídias e de que maneira o profissional tem que se adaptar a elas na composição de sua forma e conteúdo.

Já imaginou quanta coisa podemos descobrir por meio das pautas que Mariana irá cobrir? Os conceitos de noticiabilidade que aprendemos na seção passada serão de grande importância para a construção e continuidade de nossa formação profissional.

Vamos lá! Focas às ruas para uma boa apuração dos fatos!

Não pode faltar

Vamos começar nosso trabalho entendendo qual é a função do jornalista e sua área de atuação. Se pararmos para pensar, muitos recursos tecnológicos já foram inventados (câmeras, computadores, tablets, smartphones) para registrar fatos e tornar as informações mais rápidas e precisas, porém, é fundamental que o ser humano esteja presente para que possa registrar o fato e compreender o que houve. Por exemplo, ainda não existe uma máquina que, ao chegar ao local de um crime, seja capaz de descobrir o que houve e o motivo do ocorrido. Concorda? Os equipamentos registram e divulgam aquilo que o homem observa, analisa, conclui e publica.

Cabe ao jornalista procurar as informações de interesse do público e divulgá-las da forma mais eficiente possível, é sua função relacionar os fatos e suas consequências. Apesar da grande tecnologia existente e presente nas redações, o estimado "bloquinho de notas" e o "caderno de fontes" (mesmo em suas versões digitais e *hi-techs*) são fundamentais para a apuração e interpretação de fatos e notícias.



Assimile

Se pudéssemos resumir a função do jornalista em apenas uma, poderíamos nos pautar no Código de Ética da profissão (2007) e afirmar que seu compromisso fundamental é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.

Ao pensar e agir desta forma, estaremos construindo uma sociedade em que o direito fundamental do cidadão à informação é respeitado, tanto no que abrange seu direito de informar, quanto de ser informado e de ter acesso à informação.

Quanto às possibilidades de atuação que o profissional de jornalismo encontra no mercado de trabalho, podemos destacar três vertentes:

a) Meios de comunicação de massa – a primeira e mais tradicional delas. Neste cenário, o jornalista pode exercer uma série de funções. As mais tradicionais são:

1) Pauteiro: é o responsável pelo "start" do processo. É ele que se preocupa com os temas que serão tratados ou as "pautas" do dia.

2) Repórter: com a pauta em mãos, é o profissional que sai às ruas em busca das notícias. Por meio de suas fontes, é quem apura as informações e leva para a redação o material que será colocado no jornal.

3) Redator ou revisor: é ele quem atribui os títulos/manchetes para as matérias. Fica sob seus cuidados a revisão dos textos nos quesitos ortografia, concordância etc.

4) Chefe de reportagem: como o nome diz, é quem chefia os repórteres, organiza as equipes, distribui as pautas etc.

5) Editor: é o profissional responsável por verificar a qualidade dos textos, avaliar as reportagens, atestar a veracidade dos fatos. O editor é o jornalista que "assina" cada edição do jornal e, portanto, responde juridicamente por ela, caso haja algum problema ou ação de retratação.

b) Extensão das redações – segundo Manuel Chaparro (1996, p. 94), o jornalista pode atuar em uma organização/empresa "não jornalística". Neste caso, ele está ligado às mesmas normas profissionais, mas atua exclusivamente no fornecimento de informações jornalísticas, "socializando discursos particulares" e usando "o jornalismo apenas naquilo em que ele é insubstituível: a informação e a análise da atualidade". Nesta vertente encontramos os assessores de imprensa, que fazem a ligação entre seus clientes/assessorados e a imprensa.

c) Comunicador empresarial – Jorge Duarte (2003) descreve esta atividade do jornalista como aquele profissional que dá suporte às estratégias de marketing da empresa. É por meio da sua atuação que são produzidos fatos, editadas informações e administrada a área da comunicação de forma ampla. É a vertente que mais distancia o profissional da formação de origem que ele recebe nos bancos escolares.



Refleta

A atuação do "comunicador empresarial" está diretamente ligada aos interesses de uma empresa e à busca pelo resultado no mercado capitalista.

Ao optar por este tipo de papel, você acredita que o profissional esteja, necessariamente, ferindo o Código de Ética Profissional? É possível atuar de maneira responsável servindo aos interesses mercantis de uma corporação?

Discuta com seus colegas e encontre exemplos que se adequem às conclusões que vocês chegaram.

Tendo compreendido as funções do jornalista, vamos desenhar o processo de produção de uma notícia! Você sabe como tudo começa?

A informação de que algo está ocorrendo pode chegar de várias maneiras à redação de um veículo de comunicação:

- Denúncia – a comunidade entra em contato com a mídia indicando uma pauta de interesse.

- *Release* – jornalistas que trabalham nas "extensões da redação", normalmente como assessores de imprensa, encaminham um texto jornalístico para a redação, sugerindo um assunto que seja de interesse do seu assessorado (evento, descoberta, novidade).

- Interesse público – órgãos públicos (polícia, entidades de classe etc.) comunicam situações que recebem destaque pelo veículo.

- Apuração – a equipe interna levanta algum tema que julga de interesse da comunidade local ou geral e faz todo o processo de levantamento e apuração da notícia, que será construída baseada nas informações coletadas juntos às fontes de informação (pessoas, pesquisas, contatos com entidades e instituições).

Esta primeira etapa está a cargo do pauteiro e, para que se chegue a um acordo sobre todos os temas que serão abordados em uma edição do jornal (seja ele no formato que for), é feita uma reunião de pauta, comandada pelo editor chefe ou pelo chefe de redação. Neste momento, todos os envolvidos no processo de produção do produto jornalístico se reúnem, ouvem as propostas e apresentam suas ideias.

A partir daí é desenhada toda a composição dos temas que serão tratados e são divididas as tarefas de cada um, por exemplo, quais serão as equipes que irão para a rua cobrir a matéria, quem ficará com a responsabilidade de produzir os materiais de estúdio ou fazer os telefonemas da redação para a matéria, qual repórter sairá com qual cinegrafista ou fotógrafo etc.

Divididas as tarefas, cada repórter sai com sua pauta para apurar sua matéria, capturar as imagens necessárias (em foto ou vídeo), gravar as entrevistas (quando feitas apenas em áudio) ou sonoras (nome que damos às entrevistas para televisão), reúne todo o material e retorna à redação.

O momento agora é de fechamento do texto (revisão e atribuição de título pelo revisor) e, se estamos falando em material audiovisual, a gravação do off (texto falado pelo repórter sem que ele apareça no vídeo) e edição da matéria (montagem do vídeo a partir das imagens capturadas).

Com todas as matérias produzidas, temos alguns caminhos:

- Se estivermos falando de um veículo impresso: o editor definirá a posição das matérias no corpo do jornal (aquela que será capa, o que entrará em cada página etc.); quais temas serão acompanhados de fotografia, qual imagem será usada etc. Esse trabalho é feito sempre da última página do jornal até chegar na capa, que é a última coisa que se define, que se edita (diagrama) e se imprime.

- Se estivermos falando de uma emissora de TV: o editor define a sequência de apresentação do jornal, escreve – e as vezes pré-grava – a escalada (pequeno texto de apresentação dos temas que acontece no início do jornal) e redige as cabeças que serão lidas pelo apresentador (âncora) ao chamar cada uma das matérias.

Quando o jornal é finalizado (veiculado ou impresso), a atenção do jornalista se volta para a próxima edição. Normalmente é feita uma primeira reunião de pauta e começa-se o processo todo novamente.



Pesquise mais

Que tal refletir um pouco sobre o *journaliste assis*, ou “jornalista sentado”? Em um artigo publicado pela Revista Em Questão, de junho de 2004, o autor Fábio Henrique Pereira discute a forma de apuração das notícias para os veículos on-line. Segundo ele, em sua grande maioria, os sites mantêm os profissionais nas redações, sem que os mesmos tenham contato com a notícia em seu local de acontecimentos (PEREIRA, 2004).

Segundo Erik Neveu (2001, p. 7), o termo é utilizado para designar “[...] um jornalismo mais orientado ao tratamento (formatação dos textos de outros jornalistas, gênero editorial ou comentário) de uma informação que não é coletada pelo próprio jornalista”. Nesse sentido, o termo remete à noção inglesa de processor. O *journaliste assis se contrapõe ao journaliste debout* ou o ‘jornalista de pé’ que se dedica à coleta de informações por meio do contato direto com as fontes.

O que você pensa a respeito disso? Leia o artigo e discuta com seus colegas esta forma de pensar do autor. PEREIRA, F. H. O jornalista sentado e a produção da notícia online no correio web. **Revista Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan./jun. 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/revistaemquestao/article/view/3652/3442>>. Acesso em: 21 set. 2016.



Exemplificando

O mês de outubro de 2008 foi marcado por uma tragédia que abalou estruturas familiares, políticas e policiais. O “Caso Eloá”, como ficou conhecido, foi um acontecimento que mobilizou imprensa, polícia e sociedade por 100 horas, desde que o ex-namorado de Eloá (Lindemberg

Alves Fernandes) faz a menina de 15 anos refém em seu apartamento, até a invasão do imóvel pela polícia e a morte trágica da protagonista.

Figura 1.2 | Jovem Eloá e seu ex-namorado na janela do apartamento que serviu de cativeiro durante 100h



Fonte: <<https://goo.gl/1glh6f>>. Acesso em: 21 set. 2016.

Acesse o link no site da Rede Globo e acompanhe o desenrolar deste que foi um desafio para o jornalismo nacional. Até a divulgação antecipada da morte da jovem, quando a mesma continuava em coma no hospital, foi feita! Fonte: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coveragens/caso-eloa/videos.htm>>. Acesso: 21 set. 2016.

Agora que visualizamos o processo de produção da notícia, talvez fique mais fácil para você compreender os critérios para a sua seleção.

Traquina (2005, p. 63) define os critérios de noticiabilidade como “[...] conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia”. Já o teórico italiano, Mauro Wolf (2002, p. 196), vai além e complementa:



Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias.

Vale destacar que estamos retomando um conceito que já apresentamos na seção passada, mas é fundamental que, a partir do entendimento do processo de produção da notícia, você seja capaz de visualizar onde o conceito de noticiabilidade se insere. Afirmar que o profissional tem a tarefa de escolher uma quantidade de informações que sejam compatíveis com o tempo/espço disponível faz com que este “recorte da realidade” assuma uma visão e uma percepção de vida própria dos seres humanos envolvidos.



Se fizermos uma análise do exemplo apresentado anteriormente (O Caso Eloá), você poderá se aprofundar na cobertura jornalística completa por meio do link apresentado, mas, neste momento, gostaria de destacar uma parte apresentada que está intitulada "Desmontando a tese da polícia". Nela é apresentada a visão do repórter quando do desfecho da operação:

Saber se havia tido ou não um tiro antes da invasão da polícia no apartamento onde Eloá e Nayara eram mantidas reféns era um ponto crucial da investigação. Segundo o comandante da operação, Eduardo Félix de Oliveira, o local foi invadido somente após terem sido ouvidos disparos no interior. Mas não foi isso que a reportagem de César Tralli, exibida no Jornal Nacional em 18 de outubro, mostrou. A pedido do JN, o perito particular Ricardo Molina avaliou uma gravação que começava um minuto e dez segundos antes da explosão da porta do apartamento. Ele identificou tiros apenas após essa explosão que antecedeu a invasão policial, e não antes, como afirmava a Polícia Militar.

[...]

César Tralli lembra que parte da imprensa concorrente acreditou na versão da polícia, que afirmava só ter invadido o local após ouvir um disparo. "Nós ficamos receosos em relação a isso, desconfiados do que realmente havia acontecido ali. A partir de então, entrei de cabeça no assunto", explica o repórter (GLOBO, 2008, s. p.).

A partir da inquietação e do inconformismo de um profissional da imprensa – e pelo que o repórter afirma, a concorrência havia "comprado a versão da polícia" – há uma investigação paralela e uma descoberta que muda completamente o rumo do caso. É isso que Mauro Wolf (2002) chama de "escolher cotidianamente".

Para encerrar esta seção e nossa primeira unidade da disciplina, vamos entender como é feito o tratamento da informação jornalística nos diversos meios, incluindo as novas mídias e de que maneira o profissional tem que se adaptar a elas na composição de sua forma e conteúdo.

Podemos afirmar que, basicamente, a informação jornalística é entregue ao leitor – de forma clássica – sob três formatos principais, que são: a notícia, a reportagem e o editorial. Independente do formato, os três textos são caracterizados pela atualidade e por sua relação com os fatos sociais e têm por objetivo apresentar ao leitor (ouvinte ou expectador) os acontecimentos cotidianos e informações de um determinado período.



Assimile

O teórico Van Dijk (1990) apresenta uma nova visão sobre a estrutura e as funções das notícias na mídia. Para ele, é fundamental levar em conta a perspectiva linguística, mas também os aspectos analítico, psicológico e sociológico do discurso e do processo jornalístico. Ao observar as estruturas da notícia e a composição do seu discurso, Van Dijk (1993, p. 122) apresenta um quadro analítico que "enfoca a organização global da notícia, por meio de suas estruturas temáticas e esquemáticas". Isto é, a estrutura temática (assunto abordado) é organizada por meio de categorias esquemáticas (conhecidas como manchete e *lead*). Assim, é possível sumarizar o sentido do texto. A manchete tem forma e posição fixas nos materiais jornalísticos. É ela quem expressa o tópico mais importante da notícia e está sempre localizada no topo do texto. Já o *lead* é um "relato condensado" dos fatos e deve apresentar ao leitor a resposta para seis questões básicas que são: o que, quem, quando, como, onde, por quê?

Podemos dizer que a reportagem é um dos gêneros mais nobres em jornalismo e, por isso, normalmente delegado aos profissionais mais experimentados de uma equipe ou redação. Ao construir este tipo de texto, é possível empregar uma maior criatividade, denotando um caráter mais subjetivo ao produto final. Simplificando, é o "contar de uma história", segundo um dos ângulos existentes e que é escolhido pelo jornalista que a apurou.

Para ilustrar essa forma de compreender a reportagem, podemos destacar a visão do escritor colombiano Gabriel García Márquez que considera a reportagem como um gênero literário, com a característica de que trabalha com materiais da realidade.

Já o editorial é um texto jornalístico – que pode ser assinado ou não – que mostra a análise de um fato sob a visão e a opinião do seu autor. É um comentário que recebe destaque nas primeiras páginas dos veículos impressos ou lugares de destaque em suas edições eletrônicas ou audiovisuais e reflete o posicionamento ou a visão ideológica do editor, comunidade editorial ou veículo de comunicação.



Exemplificando

Há momentos em que o veículo entende que é tão importante seu posicionamento, que o editorial sai da página 2 (local comumente utilizado para sua publicação) e passa a ocupar a capa da edição. Como foi o caso do jornal "Folha de São Paulo", em sua edição do dia 03/04/2016, quando o tema tratado foi a situação política do país e o desencadeamento do

processo de substituição da Presidência da República. O "Estado de São Paulo", principal concorrente da Folha, também usou o recurso de Editorial de Capa na edição do mesmo dia 03/04/2016.

Figura 1.3 | Jornal Folha de São Paulo com Editorial na capa



Fonte: <<http://acervo.folha.uol.com.br/>>. Acesso em: 15 dez. 2016.

O processo de produção da notícia, apesar de muito parecido nas diversas mídias disponíveis, é bastante singular em seu desenrolar para atender aos requisitos dos diversos veículos, por exemplo, o tempo de apuração da internet é muito inferior ao do jornal impresso que, por sua vez, é muito mais ágil do que uma revista de edição semanal. A complexidade na dinâmica de “entrada” na televisão (em que é necessário equipamento de captação e transmissão) é muito maior do que no rádio (em que você entra ao vivo com apenas uma linha telefônica). A veiculação de um jornal impresso (em que dependemos das grandes rotativas das gráficas) é muito mais difícil do que a edição de uma matéria/fotografia e sua publicação on-line! Por tudo isso, a percepção e o entendimento dos diversos processos são fundamentais para compreender a possibilidade de aprofundamento das informações.

Sem medo de errar

Mariana está incumbida, pela chefia da redação, de cobrir os jogos de futebol e de vôlei, masculinos e femininos, durante as Olimpíadas do Rio de Janeiro, um período que vai do dia 5 ao dia 21 de agosto. São 17 dias, com 38 jogos de vôlei masculino, 38 jogos de vôlei feminino, 32 jogos de futebol masculino e 26 jogos femininos. É muito trabalho, não acha?

Além do fato de ter que ser bastante ágil para publicar os resultados, fato muito relevante e característico da mídia em que Mariana trabalha – um site de notícias

– seu maior desafio é conseguir informações que seus concorrentes não tenham acesso ou mesmo que não consigam publicar antes que ela.

Este aspecto da cobertura é o principal desafio desta estagiária de jornalismo, que precisa mostrar serviço aos seus superiores para garantir sua vaga como jornalista efetiva no final do estágio.

Para isso, Mariana tem feito um planejamento prévio – em sua casa mesmo – pensando em como vai trabalhar e quais pautas pode propor, de modo que isso enriqueça seu trabalho e a ajude a atrair mais internautas para o site de notícias.

Na verdade, sua tarefa é auxiliar Mariana nesta etapa. Você precisa ajudá-la a organizar este planejamento da cobertura jornalística que ela vai fazer. De que maneira ela vai ser capaz de acessar as informações de tantos jogos e ao mesmo tempo levantar pautas que complementem este conteúdo?



Atenção

Mariana é estagiária, está escalada para, na verdade, acessar o site do comitê olímpico e repassar para o local onde ela trabalha para sua publicação no portal de notícias.

A questão é que este é um trabalho braçal e ela não está querendo ficar restrita a esta tarefa básica (devemos destacar que bastante trabalhosa, mas simples).

Seu maior desafio é pensar em estratégias para poder se inserir de maneira mais efetiva no processo de produção das notícias e de garantir que vá "mostrar um bom serviço" neste momento de aperto para a equipe.

Avançando na prática

Ajudar o segurar a câmera?

Descrição da situação-problema

A notícia apresentada mostra uma situação em que um repórter passa a ser a notícia. Neste caso vamos refletir este fato de acordo com o Código de Ética Profissional.

José Hamilton Ribeiro viveu a experiência de "passar de repórter à notícia".



Em 20 de março de 1968, único correspondente brasileiro na guerra do Vietnã, ele retornaria ao Brasil no dia anterior,

mas adiou o embarque porque o fotógrafo queria uma imagem dramática para a capa da extinta Revista Realidade. No meio da selva, tudo ia bem até minas terrestres explodirem e mutilarem soldados americanos. José Hamilton, ao caminhar para socorrer um deles, ouviu um barulho ensurdecedor e desabou. “Eu estava sem a calça. A bota e um pedaço da perna esquerda, do joelho para baixo, foram arrancados pela explosão”, lembra ele, que, mutilado, estampou a capa de Realidade, clicado pelo colega, que não se feriu (ISTO É, s.d, s.p.).

Figura 1.4 | O jornalista que passou de noticiador a notícia!



Fonte: <www.programadiferente.com>. Acesso em: 26 set. 2016.

Resolução da situação-problema

O jornalista José Hamilton Ribeiro passou de observador a protagonista da notícia. Este é um caso emblemático de que existem situações em que isso pode realmente acontecer. Entretanto, a grande discussão é quando o repórter quer virar a notícia apenas por questões de ego e não de pauta! Vale uma reflexão importante antes de publicar qualquer notícia.

Faça valer a pena

1. Nos meios de comunicação, o jornalista pode exercer uma série de funções. Entre elas verificar a qualidade dos textos, avaliar as reportagens e atestar a veracidade dos fatos.

A qual função do jornalista estamos nos referindo?

- Pauteiro.
- Repórter.

- c) Redator.
- d) Chefe de reportagem.
- e) Editor.

2. A informação de que algo está ocorrendo pode chegar de várias maneiras à redação de um veículo de comunicação. Uma delas é quando a comunidade entra em contato com a mídia indicando uma pauta de interesse.

Esta forma de "entrada da notícia" na redação é conhecida como:

- a) Apuração.
- b) Denúncia.
- c) Release.
- d) Interesse público.
- e) Fofoca.

3. A partir da inquietação e do inconformismo de um profissional da imprensa, há uma investigação paralela e uma descoberta que muda completamente o rumo do caso. É isso que Mauro Wolf (2002) chama de "escolher cotidianamente". Este "recorte da realidade" assume uma visão e uma percepção de vida própria dos seres humanos ali envolvidos

Para que a notícia não fique a cargo do simples "achismo" do jornalista, existe um conceito que indica o que é e o que não é notícia. Estamos falando do conceito de:

- a) Potencialidade.
- b) Curiosidade.
- c) Apurabilidade.
- d) Noticiabilidade.
- e) Verificabilidade.

Referências

ALSINA, M. R. **La construcción de la noticia**. ed. rev. ampl. Barcelona: Paidós, 2005.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Jornalismo na fonte. In: DINES, Alberto, MALIN, Mauro (Org.). **Jornalismo brasileiro: no caminho das transformações**. Brasília: Banco do Brasil, 1996. p. 132-154.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. Código de ética dos jornalistas. Sindicato dos Jornalistas do Estado de Pernambuco, Recife, 4 ago. 2007. Disponível em: <http://www.sinjope.org.br/download/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2012.

DINES, Alberto. **O papel do jornal e a profissão do jornalista**. 9. ed. (e-book). 2009. (Coleção Comunicação).

DUARTE, Jorge (Org.). Assessoria de imprensa no Brasil. In: _____. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FOLHA DE SÃO PAULO. Manual de redação e estilo da Folha de São Paulo. 14. ed. São Paulo: Publifolha, 2010.

GALTUNG, J; RUGE, M. H. The structure of foreign news: the presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four norwegian newspapers. **Journal of International Peace Research**, Oslo, v. 2, n. 1, p. 64-91, 1965. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/423011?origin=JSTOR-pdf&seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em: 16 dez. 2016.

GLOBO. Caso Eloá. 2008. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-eloavideos.htm>>. Acesso em: 21 set. 2016.

FARAH, Fábio. Relato de um sobrevivente. **IstoÉ Gente**, n. 191, 2003. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/191/reportagens/capa_relato_sobrevivente_01.htm>. Acesso em: 26 set. 2016.

KUNCZICK, Michael. **Conceitos de jornalismo: norte e sul**. São Paulo: Edusp, 2001.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo: a saga dos cães perdidos**. São Paulo: Hacker, 2000.

MARSHALL, Leandro. **Breve resumo sobre o new journalism**. Disponível em: <<https://leandromarshall.files.wordpress.com/2012/02/breve-resumo-sobre-onew-journalism.pdf>>. Acesso em: 25 ago. 2016.

- NÉVEU, Erik. **Sociologie du Journalisme**. Paris: La Découverte, 2001.
- NOBLAT, Ricardo. **O que é ser jornalista**. São Paulo: Record, 2004.
- PARK, R. E. A história natural do jornal. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. (Orgs.). **A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa**. Porto Alegre: Sulina, 2008. p. 15-32. v. 2.
- PEREIRA, Fábio Henrique. O jornalista sentado e a produção da notícia online no correio web. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan./jun. 2004. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/85/45>>. Acesso em: 16 dez. 2016.
- ROSSI, Clovis. Entrevista. **Revista Imprensa**, São Paulo, n. 259, ano 23, p. 22-27, ago. 2010.
- _____. **O que é jornalismo**. Brasília: Brasiliense, 2000. (Coleção Primeiros Passos).
- SILVA, Raissa Araújo do Rosário. Papel e importância do rádio através da história. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, n. 718, 30 out. 2012. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/interesse-publico/ed718-papel-e-importancia-doradio-atraves-da-historia/>>. Acesso em: 25 ago. 2016.
- SOUSA, J. P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.
- TRAQUINA, N. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- _____. A descoberta do poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **O poder do jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2005. p. 13-43.
- VAN DIJK, T. A. Social cognition and discourse. In: GILES, H.; ROBINSON, W. P. (Eds). **Handbook of social psychology and language**. New York: John Wiley & Sons, 1990. p. 163-83.
- _____. Discourse and cognition in society. In: CROWLEY, D.; MITCHELL, D. (Eds). **Communication theory today**. Oxford: Pergamon, 1993. p. 104-26.
- WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

Teorias do jornalismo: newsmaking; agenda-setting; gatekeeper e usos e gratificações

Convite ao estudo

Olá, aluno. Bem-vindo à nossa segunda unidade de estudos!

Você já parou para pensar sobre o quanto avançamos até aqui? Quanta coisa interessante descobrimos e vivenciamos através das situações-problema apresentadas anteriormente por meio de pautas vividas por nossos três estudantes de Jornalismo? Nas situações apresentadas anteriormente, por meio da contextualização histórica das Olimpíadas, João escreveu uma matéria para uma revista semanal e, por meio dessa atividade, compreendeu o que é o jornalismo e qual é o seu papel na sociedade. Na sequência, acompanhamos Pedro no planejamento de uma matéria para televisão que pretendia apresentar as melhorias feitas na cidade do Rio de Janeiro para receber os Jogos Olímpicos e, com isso, entendemos o que é notícia e os critérios de noticiabilidade. Por fim, conhecemos Mariana, que precisou atuar na cobertura on-line dos Jogos Olímpicos e, por meio de sua atividade, conhecemos as funções do jornalista e o processo de produção da notícia.

Agora, vamos para o segundo desafio desses três jovens estagiários, que será o de cobrir o *impeachment* da presidenta da república. Agora, eles têm que compreender conceitos teóricos a fim de aplicá-los ao exercício cotidiano da prática profissional, utilizando as teorias do *newsmaking*, da *agenda-setting* e do *gatekeeper*.

Para começar, na Seção 2.1, Mariana está pautada para acompanhar o calendário de votações e os resultados alcançados durante o processo de *impeachment* da presidenta da república. Sua tarefa é manter o internauta atualizado, mesmo que com informações mais superficiais, para que o site

para o qual ela trabalha seja sempre o primeiro a noticiar a informação. Por meio disso, Mariana poderá exercitar a seleção dos assuntos mais importantes e aspectos da notícia como produção de sentidos. Na Seção 2.2, Pedro será escolhido para elaborar uma matéria a respeito dos prazos do processo de *impeachment* da presidenta da república e de sua "coincidência" com o calendário olímpico, dando destaque ao fato de que uma importante votação venha a ocorrer durante a primeira semana dos jogos e se encerrar durante a madrugada. Com isso, Pedro conseguirá observar o aspecto do agendamento das notícias e de como isso pode influenciar no contexto social e político. Por fim, na Seção 2.3, João, estagiário de uma revista semanal de circulação nacional, será escalado para fazer uma matéria sobre a repercussão internacional do processo de *impeachment* da presidenta da república. Isso levará nosso estagiário a perceber o quanto o envolvimento do receptor e o contexto de cada país onde a informação é publicada pode interferir no "resultado" obtido. Com tudo isso, esperamos que você possa conhecer as principais teorias do jornalismo e o processo de produção da notícia.

Seção 2.1

Newsmaking

Diálogo aberto

Vamos aos estudos? Preparado para mergulhar no universo da política? Nesta unidade, teremos o desafio de transitar por um tema polêmico, muitas vezes com discussões acaloradas, no qual a imparcialidade é um desafio a cada escolha de palavras. Esse contexto envolve a dualidade nas opiniões e posições, o conceito de certo e errado, direita ou esquerda, situação ou oposição.

Por conta das ideologias e do partidarismo, publicar na editoria de política é um desafio ainda maior, já que o jornalista deve ter consciência e responsabilidade por ser o agente de seleção da notícia e ter a noticiabilidade como guia em sua produção. Além disso, a percepção de que há uma produção de notícia em escala ou ritmo industrial, e também de que a notícia é parte da produção de sentidos para a sociedade, seja por meio da escolha das fontes ou da confiabilidade dos materiais que são consultados, é outro aspecto que o profissional precisa observar e respeitar, sempre tendo como norte o código de ética do jornalismo.

Para nos ajudar a compreender tudo isso, teremos Mariana, nossa "foca", estagiária no portal de notícias. Ela está pautada para acompanhar o calendário de votações e os resultados alcançados durante o processo de *impeachment* da presidenta da república. Sua tarefa é manter o internauta atualizado, mesmo que com informações mais superficiais, para que o site para o qual ela trabalha seja sempre o primeiro a noticiar a informação. Por meio desse enfoque, Mariana poderá exercitar a seleção dos assuntos mais importantes e aspectos da notícia como produção de sentidos. É fundamental que nossa estagiária dedique-se a buscar uma pluralidade de fontes: isso equilibrará o tom de uma matéria e garantirá o "ouvir os dois lados", tão importante para o jornalismo.

Tudo pronto? Animado para começar a trabalhar nesta editoria que, normalmente, é destinada aos jornalistas mais vividos e experientes em grandes coberturas? Deixe suas suposições de lado, guarde sua ideologia política no bolso e abra sua mente e suas ideias para dar espaço à cobertura desse momento tão importante para a vida do país.

Não pode faltar

Você vai perceber que o conceito de noticiabilidade vai nos acompanhar durante todo o nosso curso. Aliás, este é um conceito que está sempre presente na nossa carreira profissional. Por meio dele, temos um guia de produção, uma linha mestra, um rumo. A partir deste conceito, que já estudamos na Unidade 1 em dois momentos (Seções 1.2 e 1.3 - se precisar, retome no Livro didático 1), vamos aprofundar nossas descobertas e nossa percepção.



Assimile

Para Wolf (1994, p. 184), noticiabilidade é o “conjunto de elementos através dos quais um órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos de entre os quais há que seleccionar as notícias”.

Para isso, vamos conhecer um novo viés da teoria do jornalismo. É a teoria do newsmaking, apresentada por Mauro Wolf (1994). Segundo ele, seu objetivo é:



Descrever o trabalho comunicativo dos emissores como um processo no qual “acontece de tudo” - rotinas cansativas, distorções intrínsecas e estereótipos funcionais. Baseando-se na etnografia dos *mass media*, essas análises articulam e individualizam empiricamente os numerosos níveis de construção dos textos informativos de massa. (WOLF, 1994, p. 226).

Essa teoria parte do princípio de que as notícias são como são porque há uma rotina, que se assemelha à industrial, como uma linha de produção, que assim as constrói. Todos os dias, são inúmeros os fatos que ocorrem na vida da sociedade. Se não houver uma lógica, uma organização, é impossível que se produza um material coerente e confiável.

Por isso, o newsmaking – traduzindo: news: notícia + making: fabricação –, defende que a produção da notícia acontece a partir de um planejamento e segue uma rotina industrial. Para isso, as etapas do processo de produção compreendem:

- a) Seleção: identificar ou reconhecer, entre tudo o que ocorre, aqueles fatos que podem ser notícia.
- b) Abordagem/angulação: perceber e elaborar as formas de descrever os assuntos.
- c) Organização: é necessário trabalhar os temas quanto ao tempo e ao espaço,

para que se possa noticiar de maneira organizada.

Muitos podem pensar que o jornalista tem autonomia para construir a realidade. Porém, essa autonomia incondicional não existe! O que existe é uma submissão do profissional ao planejamento de produção estabelecido pelo veículo. Podemos dizer que normas acabam se sobrepondo às preferências pessoais no processo de seleção da notícia.

Mas, diferentemente de uma linha de produção fabril, o jornalismo é feito da mesma imprevisibilidade que a vida! Por não sabermos o que a vida nos reserva, as empresas precisam organizar o tempo e o espaço de seus veículos e, para isso, estabelecem práticas de produção da notícia. É a partir destas práticas que a teoria do newsmaking pauta seus estudos.

As práticas que o newsmaking entende que compõem o processo de produção da notícia são:

- A noticiabilidade (que – como já aprendemos – são os critérios de escolha e de limitação das notícias).
- A sistematização (que é a divisão de tarefas que é feita dentro de uma redação – pauta, reportagem, edição etc.).
- Os valores-notícia (que são os critérios, entendidos pelo newsmaking como senso comum das redações, que estabelecem o que é e o que não é notícia).

A teoria do newsmaking defende que os discursos jornalísticos são produzidos a partir de operações, que são as práticas profissionais, e as pressões sociais. Isso faz com que as notícias não reflitam a realidade, mas sim, ajudem a construí-la.



Refleta

Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que deve ser inserido e de que modo deve ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção. (WOLF, 1994, p. 63)



Essa visão de Mauro Wolf (1994) coloca em xeque a máxima da isenção e da neutralidade do jornalismo. Você concorda? Discuta com seus colegas e anote em um papel seus argumentos. Mais adiante, retomaremos essas anotações!

Se comparássemos o papel do jornalista ao do fotógrafo, ao registrar uma cena, o profissional da imagem relata a realidade da maneira como ela se apresenta. Não há intervenção subjetiva direta. Um correspondente da Associated Press (importante agência de notícias de Nova Iorque, criada em 1846) criou um bordão que descreve bem essa visão do jornalismo: *“O meu trabalho é comunicar os fatos: as minhas instruções não permitem qualquer tipo de comentário sobre os fatos, sejam eles quais forem.”*

Porém, ao escolher o ângulo, o enquadramento e o enfoque que sua imagem terá, o fotógrafo faz uma leitura do fato, não faz? Ele não é simplesmente 100% registro da realidade. Há uma leitura que ele faz sob seu olhar, sob sua visão.



Exemplificando

A escolha da fotografia que ilustra a capa de uma publicação é uma forma de fazer um recorte da realidade. A Revista Veja de 17 de fevereiro de 2013 tinha na capa o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva. O principal tema da principal matéria da edição da revista era o desvio de mais de US\$ 500 milhões e o fim do Partido do Trabalhadores, indicado pela estrela vermelha – símbolo do partido – mas que também é uma das formas de indicar a morte.

Figura 2.1 | Recorte da realidade



Fonte: <<https://pbs.twimg.com/media/BzJZyZiIqAAlibu.jpg:large>>. Acesso em: 11 out. 2016.

Para José Marques de Melo, um grande teórico brasileiro – e primeiro doutor em Comunicação Social no Brasil – o jornalismo norte-americano, no final do século XIX, deixou de ser um serviço para tornar-se um negócio altamente lucrativo. A orientação e a linha editorial dos veículos passaram a ser a do sensacionalismo e, com isso, os princípios éticos, que são tão elementares, foram esquecidos. Buscando incansavelmente a atenção dos leitores, alguns jornais começaram a criar notícias. Se o fato ocorreu realmente ou não, que é o fator essencial do jornalismo, passou a ser irrelevante.

É muito difícil encontrar profissionais que se colocam contra a linha editorial do veículo ao qual estão vinculados. Aliás, profissionais que se colocam em posições contrárias tendem a buscar sua recolocação em um veículo em que concordem com a política editorial.

Quando o profissional compreende e incorpora a linha editorial à sua atuação profissional, ele tende a evitar punições e alcançar recompensas, encontrando um sentimento de valorização e estima por parte da chefia. A vontade/expectativa de promoção e ascensão na carreira tem mais chance de ser atendida, já que quando o profissional se adequa ao veículo, ele tende a poder assumir uma maior responsabilidade e, mesmo com salários que não são tão altos assim, o profissional sente-se realizado e satisfeito, porque tende a perceber que está contribuindo com a melhoria da vida em sociedade.

Outro aspecto que gera alta pressão sobre a atuação do jornalista é o tempo. O *deadline* é sempre um fator que estimula o profissional a realizar suas escolhas de maneira mais ágil. Esse fator faz com que as ações pessoais do profissional se limitem ao tempo disponível e o "reprima" a agir dentro da política organizacional disponível.



Pesquise mais

No artigo *Noticiabilidade*, rotinas de produção e jornalismo ético, publicado pelo Observatório da Imprensa, a jornalista Pollyana Faria Lopes (2014) questiona alguns vetores sociais na produção do jornalismo. Por meio de um texto ágil e de leitura bastante agradável, ela questiona a dicotomia dinheiro/lucro dos veículos de comunicação e ética jornalística. Acesse o link indicado e discuta o assunto com seus colegas.

Fonte: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed806_noticiabilidade_rotinas_de_producao_e_jornalismo_etico/>.
Acesso em: 10 out. 2016.

Quanto à percepção da produção industrial do jornalismo, convido você a refletir um pouco. Esse processo de industrialização, ocorrido principalmente entre os séculos XVIII e XX, teve como principal marca a reprodução de forma massiva de

quase tudo o que circunda nossa vida: roupas, comidas, transportes, casas... porém, o mais preocupante: o pensamento, a cultura.

Mesmo contando com essa capacidade de produção que cresceu exponencialmente e permitiu o atendimento de uma demanda em constante crescimento, assim como o número de pessoas no mundo, essa indústria não foi capaz de atender à ansiedade e à expectativa de consumo existente.

Não dá para substituir uma carne de sol, prato típico da região Nordeste brasileira, repleta de histórias e folclores em sua produção e consumo, por um Big Mac (*fast-food*). A mesma coisa acontece com a informação. Quando a notícia é produzida como um Big Mac, ela alimenta, mas não nutre, isto é, falta sentido na sua composição.

Adorno e Horkheimer (1940) já alertavam em sua obra *Dialética do esclarecimento* a respeito das consequências do processo de industrialização do jornalismo e da arte. Os autores defendiam que se os produtos culturais fossem padronizados, a indústria estaria fadada à perda da qualidade no âmbito da forma e do conteúdo dos produtos artísticos e jornalísticos.

A chegada da internet promoveu a criação de dois novos cenários. O primeiro foi a digitalização dos veículos, com o surgimento das versões on-line de revistas como Veja, IstoÉ e Exame. Nesse caso, a adoção do "Ctrl C/Ctrl V" (copiar e colar) das agências de notícias tomou conta dos ambientes virtuais dos veículos. E o segundo cenário foi o crescimento de novos negócios midiáticos, que, diferentemente do cenário anterior, busca qualidade e originalidade em seus textos e materiais. Nesse caso, para ser considerada "arte", a notícia publicada precisa ser inédita, única, pensada de forma sólida, com dados apurados com afinco e com um texto agradável, estético e de estilo narrativo. É o que podemos chamar de JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL.

É esse jornalismo "depois do industrial" que assume a internet como uma forma de aproximar o profissional que apura o fato dos processos produtivos de uma notícia: é o fazer uso da web como ferramenta para um trabalho artesanal, trazendo mais proximidade entre o jornalista e o leitor.

O ponto em que esse novo jornalismo mais se afasta do jornalismo industrial é quanto ao ofício sobre o lucro. A característica é de uma informação investigativa, de estética bastante original e que é bastante útil na tomada de decisões cotidianas. E, diferentemente do jornalismo industrial, não busca atender às demandas de lucro do veículo, nem usa a velocidade ou lógica de produção industrial: estas situações fazem com que o material entregue ao leitor seja, muitas vezes, supérfluo ou de baixa qualidade.

A pesquisa *A cotidianidade dos jornalistas*, realizada por Viviana Guedes (2004), do Grupo de Pesquisa sobre o Cotidiano e o Jornalismo (Grupecj), aponta que:

No texto noticioso, a realidade é retratada de forma conveniente, atendendo aos interesses e às idiosincrasias da política editorial da empresa. No modelo de jornalismo atual [industrial], as posturas éticas não são consideradas. O que interessa é que as pessoas precisam de informação, mesmo que seja de péssima qualidade. (GUEDES, 2004, p. 9)

Quando o profissional percebe que o lucro é o meio e não o fim de um veículo, isso implica em mudanças no processo de produção da notícia, e entende-se a mídia como um modelo de negócios, o que interfere no modo de trabalho das redações.

Por isso, é necessário encontrar uma forma de negócio que seja coerente com a vida pós-industrial, criando novos modelos de empresas e uma mudança na forma e no processo de trabalho das redações.

Ainda segundo Guedes (2004, p. 2), "a rotina na produção de notícias, aliada às extenuantes horas de 'ocupação' no fazer jornalístico devoram o profissional da informação, transformando-o na maioria das vezes em um mero cumpridor de tarefas".

Esse novo cenário que vem se construindo a partir do pós-industrial requer empresas menores, mais ágeis e versáteis, que possuam um volume menor de intermediários entre o repórter e o leitor.

Por fim, vamos entender o que significa o fato de que a notícia tem relação direta com a produção de sentidos. No cotidiano das redações, o fato é construído a partir dos critérios de noticiabilidade. O fato, então, passa a ser notícia (CHARAUDEAU, 2006).

Os jornalistas não produzem simplesmente artigos, reportagens ou documentários para jornais, revistas, rádio, televisão e internet, eles narram histórias que possuem estrutura, ordem, ponto de vista e valores. (PINTO, 2002, p. 87)

Dessa forma, os acontecimentos da vida cotidiana são apresentados pela mídia levando em conta as intenções do profissional e do veículo de comunicação onde ele está.

O que os textos da notícia oferecem não é a realidade, mas uma construção que permite ao leitor produzir formas simbólicas de representação da sua relação com a realidade concreta. (GREGOLIN, 2003, p. 97)



Exemplificando

Compare a linguagem adotada nas duas manchetes a seguir:

MST mantém invasão em fazenda de amigo de Temer

Movimento alega haver indícios de que a propriedade, ocupada desde a madrugada de segunda-feira, tem o vice-presidente como sócio oculto.

Fonte: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,mst-mantem-invasao-em-fazenda-de-amigo-de-temer,10000050241>>. Acesso em: 13 out. 2016.

Ocupação do MST em fábrica da Suzano na Bahia termina

Fonte: <<http://www.valor.com.br/empresas/4598889/ocupacao-do-mst-em-fabrica-da-suzano-na-bahia-termina>>. Acesso em: 13 out. 2016.

Ao optar pelo uso de termos como "MST mantém INVASÃO" ou "OCUPAÇÃO do MST", o jornalista/veículo de comunicação está trabalhando na construção de sentidos na opinião pública. A palavra INVASÃO significa penetrar, ocupando pela força. Já OCUPAR quer dizer apoderar-se de algo (entretanto, sem fazer menção à força). Nota a diferença?

Os textos jornalísticos e seus discursos assumem uma força de convencimento. Isso acontece porque o veículo de comunicação funciona como testemunha de eventos que, para grande parte da sociedade, são inacessíveis. Enfim:



Tudo o que as outras instituições produzem em matéria de interpretações da realidade e de valores, os meios de comunicação selecionam, organizam (empacotam), transformam, na maioria das vezes no curso desse processo e decidem sobre a forma de sua difusão. (BERGER; LUCKMAN, 2004, p. 68)



Vocabulário

Agência de notícias: é uma empresa jornalística que produz material e o distribui para outros veículos de comunicação. O relacionamento das agências de notícias é com empresas jornalísticas, e não com o consumidor final da informação.

Deadline: é o tempo máximo para a realização de uma atividade ou tarefa. No caso do jornalismo impresso, é o momento em que a edição fica pronta para impressão.

Sem medo de errar

O desafio de trabalhar na editoria de política é o cenário desta situação-problema, que envolve a estagiária Mariana, do portal de notícias. Ela deve realizar a tarefa com competência e buscando criar os sentidos mais adequados a cada etapa do processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff.

Para isso, é necessário que ela faça uma pesquisa sobre a cronologia dos fatos, iniciando suas pesquisas no dia 26 de outubro de 2014, data em que ocorreu a reeleição da candidata do PT.

A partir dessa data, Mariana deve buscar cada etapa deste importante momento histórico. Ela deve prestar atenção ao fato de que existem picos de informação e fases em que há uma estagnação dos fatos e, conseqüentemente, das notícias.

Mariana terá que identificar em grandes portais de notícias que fatos potencializaram as notícias. Quais momentos e etapas no desenrolar do processo foram capazes de chamar fortemente a atenção do público?

Vejamos um exemplo de datas/eventos: Em 15 de março 2015, protestos reúnem mais de dois milhões de pessoas nas ruas; em 2 de dezembro de 2015, o pedido de *impeachment* é aceito por Eduardo Cunha na Câmara dos Deputados; em 17 de abril de 2016, 367 votos fazem com que o pedido de *impeachment* seja aceito na Câmara dos Deputados e siga para o Senado Federal etc.). Ela deve fazer uma busca em pelo menos três grandes veículos de comunicação on-line (portais, revistas, jornais etc.) e identificar qual linha editorial essas empresas assumiram. A partir disso, a estagiária deve tentar entender qual sentido essas produções estão criando no imaginário social.

Coloque-se no lugar de Mariana. Siga o mesmo percurso e, se necessário, apresente as matérias para dez pessoas diferentes e sinta a reação delas perante às publicações. Seja democrático não fique preso a um único perfil de público. A internet é bastante democrática e eclética!

Avançando na prática

Dois pesos e duas medidas

Descrição da situação-problema

Analise duas capas da revista a seguir. O personagem é o mesmo: Collor. A revista

também: Veja. Entretanto, o enfoque do conteúdo que se pode avaliar apenas a partir da composição da capa dessas duas edições da Revista Veja representa o ponto e o contraponto de uma mesma história. Uma, durante a campanha eleitoral de 1989 (Collor foi eleito em 15 de novembro de 1989) e outra, logo após o *impeachment*, ocorrido em 2 de outubro de 1992.

Qual é o sentido proposto por cada uma das edições? Que leitura é possível fazer a partir da escolha das imagens, da seleção do texto e da manchete proposta? A cor predominante em uma e em outra também tem algum significado?

Figura 2.2 | Ponto e contraponto de uma mesma história



Fonte: <<https://goo.gl/fXUHgO>>. Acesso em: 23 jan. 2017.

Discuta com seus colegas de sala e com seu professor quais são os sentidos propostos por essas capas da Veja.

Resolução da situação-problema

Na edição do *impeachment*, o fundo preto e o semblante cabisbaixo de Fernando Collor é o símbolo máximo da derrota. A palavra CAIU, escrita em caixa alta, em vermelho, ganha destaque sobre qualquer outra informação que esteja compondo a publicação.

As manchetes "A revolução que derrubou Collor"; "O estouro da quadrilha que tomou o Planalto"; "O que muda no Brasil de Itamar Franco", mesmo sem pontuação, levam o leitor a acreditar que a revista sabe as respostas dos tópicos apresentados.

Já na edição da direita, temos um cenário leve, um Collor em pose de "galã/modelo", com um fundo azul e um terno que também foge da austeridade do preto. O logotipo e o texto da capa estão em cor branca, dando suavidade ao conjunto.

O texto: "Quem é, o que quer e por que está agitando a sucessão" é uma redação que gera curiosidade e leva o leitor a querer buscar respostas.

Estamos falando, aqui, da geração de sentidos diferentes envolvendo o mesmo

veículo e o mesmo personagem, mas que "mudou" ao longo do tempo.

Faça valer a pena

Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objeto o que deve ser inserido e de que modo dever ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal. Essas negociações são realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção. (WOLF, 1994, p. 63)

1. As práticas pelas quais o newsmaking entende que compõem o processo de produção da notícia são:
 - a) Ser, estar e agir conforme o código de ética.
 - b) Percepção, valorização e otimização.
 - c) Noticiabilidade, sistematização e valores-notícias.
 - d) Notícia, valorização e cuidado.
 - e) Critério, linha editorial e tendenciosidade.

(...) No texto noticioso, a realidade é retratada de forma conveniente, atendendo aos interesses e às idiosincrasias da política editorial da empresa. No modelo de jornalismo atual [industrial], as posturas éticas não são consideradas. O que interessa é que as pessoas precisam de informação, mesmo que seja de péssima qualidade. (GUEDES, 2004, p. 9)

2. Esse novo cenário que vem se construindo a partir do período pós-industrial requer:
 - a) Empresas maiores, fortes e consolidadas no mercado editorial.
 - b) Empresas menores, mais ágeis e versáteis, que possuam um volume menor de intermediários entre o repórter e o leitor.
 - c) Profissionais liberais que atuem com isenção e sem sofrer pressão por linhas editoriais engessadas e ultrapassadas.

d) Empresas de médio porte, para mesclar a capacidade produtiva com o menor volume de intermediários.

e) O trabalho conjunto e independente entre veículos de comunicação comunitários e sem perspectiva de lucro.

3. "Os jornalistas não produzem simplesmente artigos, reportagens ou documentários para jornais, revistas, rádio, televisão e internet, eles narram histórias que possuem estrutura, ordem, ponto de vista e valores." (PINTO, 2002, p. 87).

Dessa forma, os acontecimentos da vida cotidiana são apresentados pela mídia levando em conta as intenções do profissional e do veículo de comunicação onde ele está.

Os textos jornalísticos e seus discursos assumem uma força de convencimento. Por que isso acontece?

a) Porque não há necessidade de cobertura jornalística, já que o mundo permite o trânsito livre de pessoas em espaços diversos.

b) Porque o jornal impresso tem um papel fundamental de divulgação e intermediação de contatos entre notícia e leitor.

c) Porque o rádio é o único veículo que transmite fatos instantaneamente, e tais fatos são genuínos.

d) Porque o veículo de comunicação funciona como testemunha de eventos que, para grande parte da sociedade, são inacessíveis.

e) Porque a sociedade não está preparada para receber e interpretar informações que jornalistas experientes possam produzir.

Seção 2.2

Agenda-setting (teoria do agendamento)

Diálogo aberto

Olá, aluno! Vamos retomar nossos estudos. O segundo desafio dos três jovens estagiários, que estão nos acompanhando nesta disciplina, será o de cobrir o *impeachment* da presidenta da república. Agora, eles têm que compreender conceitos teóricos a fim de aplicá-los ao exercício cotidiano da prática profissional, utilizando as teorias do *newsmaking*, da *agenda-setting* e do *gatekeeper*. Nesta seção, Pedro foi escolhido para elaborar uma matéria a respeito dos prazos do processo de *impeachment* da presidenta da república e de sua "coincidência" com o calendário olímpico, dando destaque ao fato de uma importante votação ocorrer durante a primeira semana dos jogos e se encerrar durante a madrugada. Com isso, Pedro conseguirá observar o aspecto do agendamento das notícias e de como isso pode influenciar no contexto social e político.

Vamos lá? Mãos à obra! Vamos ajudar nosso querido estagiário a selecionar as notícias e organizar as informações. Bom trabalho.

Não pode faltar

(...) Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *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 pela *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas. (SHAW, 1979, p. 96 apud WOLF, 1995, p. 130)



Essa percepção de Shaw vem, junto com os estudos realizados por ele e por Maxwell E. McCombs, nos Estados Unidos, no final da década de 1960, propor a formulação clássica do conceito de *agenda-setting*.

O princípio do conceito de agendamento está nos estudos e pensamentos de Walter Lippmann, um jornalista norte-americano que teve participação importante nas pesquisas de opinião nos Estados Unidos. A essência desse pensamento foi indicada originalmente no ano de 1922 por Lippmann em sua obra clássica *Opinião pública*. Segundo ele, "a notícia não é um espelho das condições sociais, mas um relato de um aspecto que se impôs" (LIPPMAN, 2008, p. 31). Por meio dessa linha de pensamento, o autor aproxima os conceitos de opinião pública e notícia. Suas obras ofereceram grande contribuição para os estudos de cultura de massa e de opinião pública, e se refletem até hoje.

Passado esse estágio inicial e os estudos de Lippmann, uma corrente de investigação passou a estudar sobre como os assuntos devem ser pensados. Trata-se do surgimento da hipótese da *agenda-setting*, que foi desenvolvida pelos pesquisadores Maxwell McCombs e Donald Shaw, em 1972.

Depois disso, por se tratar de um tema que gera curiosidade permanente, os efeitos dos meios de comunicação na opinião pública passaram a ser o foco dos estudos, e resultaram em uma vasta literatura sobre a *agenda-setting*. Normalmente, esses estudos são realizados em períodos de campanhas eleitorais. Isso ocorre porque há um entendimento por parte dos pesquisadores de que um processo eleitoral fornece subsídios suficientes para uma análise de influência dos meios de comunicação sobre a opinião pública. É por meio dessas informações que as notícias serão assimiladas pelo público, medindo-se, assim, a influência dos meios.



Assimile

Agenda-setting é



(...) Um tipo de efeito social da mídia. É a hipótese segundo a qual a mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá (BARROS FILHO, 2001, p. 169).

É importante pararmos nesse momento para fazer uma análise da realidade que vivenciamos todos os dias nos meios de comunicação. Há, normalmente, uma quantidade grande de informações, que foram previamente selecionadas por uma equipe de redação, e apresentadas de tal forma que alguns assuntos recebem maior ênfase do que outros. Concorda? Nem todos os assuntos são capas de jornal, nem

todos estão na edição do telejornal do horário nobre, ou na página de abertura do portal de notícias.

Por meio dos estudos que realizaram, Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972) puderam confirmar que a mídia realmente possui a capacidade de influenciar a projeção que os acontecimentos exercem na opinião pública. Segundo os pesquisadores, há o estabelecimento de um pseudo-ambiente fabricado e montado pelos meios de comunicação.



Refleta

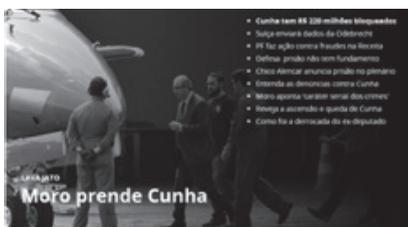
Na tarde do dia 19 de outubro de 2016, ao acessar três dos principais portais de notícias brasileiros, encontramos a seguinte manchete em cada um deles:

Figura 2.3 | Uol - Cunha é preso



Fonte: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2016/10/19/cunha-e-preso-em-brasilia.htm>>. Acesso em: 19 out. 2016.

Figura 2.4 | R7 - Moro prende Cunha



Fonte: <<http://noticias.r7.com/brasil/prisao-de-cunha-provoca-apreensao-entre-politicos-20102016>>. Acesso em: 19 out. 2016.

Figura 2.5 | G1 - Cunha é levado a Curitiba após ser preso pela PF



Fonte: <<http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2016/10/juiz-federal-sergio-moro-determina-prisao-de-eduardo-cunha.html>>. Acesso em: 19 out. 2016.

Refleta sobre os aspectos destas publicações e por que há uma "coincidência" entre o tema das manchetes dos três veículos. Por que isso ocorre? Há um direcionamento da opinião pública sobre qual é o tema mais importante no dia 19 de outubro?

O início do livro *Opinião pública*, de Lippmann, refere-se a como as pessoas chegam a conhecer o mundo exterior e sua própria existência, de que forma criam as imagens em suas mentes. Os meios de difusão (meios de comunicação) modelam essas imagens ao selecionar e organizar símbolos de um mundo real (BARROS FILHO, 2001, p. 174).



Exemplificando

A política norte-americana também passou por momentos em que a presença da mídia influenciou e criou imagens na mente dos leitores. Observe esta imagem, publicada em um site que acompanhava a corrida eleitoral de 2016. Que leitura você faz desta montagem? Que imagem se constrói na mente da opinião pública a partir dela?

Figura 2.6 | Corrida eleitoral americana de 2016



Fonte: <<http://www.voaportugues.com/p/5541.html>>. Acesso em: 20 out. 2016.

Concluindo, é importante termos em mente que:



A sustentação fundamental dessa hipótese é a de que por consequência da atuação dos meios de comunicação de massa (televisão, jornais, rádio etc.) o público toma ciência ou ignora, dá atenção ou descuida, dá ênfase ou negligencia questões específicas dos cenários públicos. Há, segundo essa hipótese, uma tendência de as pessoas incluírem ou excluírem dos próprios conhecimentos aquilo que os meios de comunicação incluem ou excluem do seu conteúdo (MCCOMBS; SHAW, 1972, p. 180).

Compreendendo o aspecto da influência dos meios no cotidiano, vamos partir agora para a etapa da identificação dos pilares da teoria da *agenda-setting*, que são: acumulação, consonância e onipresença.

Os estudos de Noelle Neumann (1973 apud WOLF, 1995), indicam que a atuação da mídia, naquilo que se entende como o conjunto de conhecimentos que temos sobre a realidade social, compõe a cultura e interfere nela. Essa ação é composta por três características básicas, que são:

1 - Acumulação: trata-se da capacidade que a mídia tem de criar e/ou manter a relevância de um determinado tema/assunto.

2 - Consonância: significa que aquilo que é semelhante no processo produtivo da informação tende a ser mais marcante do que aquilo que é diferente.

3 - Onipresença: é a capacidade que a mídia possui de estar em todos os lugares, tendo a "autorização/legitimação" da audiência, que conhece a sua influência.

Podemos concluir, portanto, que essa hipótese/teoria aponta para um cenário em que o que é dito está baseado no que a mídia pauta. O dia a dia, as conversas, tudo isso é cercado por informações selecionadas pela imprensa, que nos faz acreditar na importância dessas notícias. Muitas vezes, pode-se pensar que esse poder da mídia é o mesmo que manipulação. Porém, é importante refletirmos que a mídia propõe assuntos que, ao seu ver, são importantes. O que ocorre é que o público normalmente "compra" esses temas acreditando plenamente nas informações e multiplicando os fatos, sem refletir sobre eles ou questioná-los.



Refleta

Se o que foi exposto é realmente fato, pare, pense e reflita:

O problema está realmente na mídia?

Será que o fato de a população simplesmente aceitar a informação, não questionar, não aprofundar suas pesquisas, não refletir e simplesmente reproduzir o que (muitas vezes) assistiu não é o maior "problema" desse processo todo?

Na sua opinião, ao selecionar os fatos, a imprensa está manipulando a sociedade ou está cumprindo seu papel de informar?

Pesquise exemplos de notícias que impactaram a sociedade por seu longo período de exposição e de que maneira foi feito o "fechamento" do tema. Este pode ser um bom exercício de análise!

Ao iniciar a discussão sobre *agenda-setting* em seu artigo, Paula Amorim (2013) diz o seguinte: "A hipótese da agenda-setting é um dos modelos teórico-metodológicos que procura entender os efeitos da mídia a longo prazo." (AMORIM, 2013, p. 217, grifo do autor). Em uma mesma frase, ela aponta a *agenda-setting* como uma hipótese, mas também a reconhece como um modelo teórico. Assim como ela, muitos autores vão questionar ao longo de suas obras e de suas vidas este viés da questão. Para nós, o mais importante é compreendermos sua dinâmica de funcionamento e não nos deixarmos levar por suposições ou sermos manipulados pela falta de informação e percepção.

Podemos, então, acreditar que a hipótese (ou teoria) do agendamento não defende que a imprensa pretenda persuadir, correto? Há a influência da mídia nas conversas e no cotidiano da vida social, mas ela surge a partir da dinâmica dos veículos de comunicação – que são empresas e, portanto, têm interesses mercantis e visam ao lucro – que possuem critérios de noticiabilidade e uma cultura própria nas respectivas redações.

Para Donald Shaw (1979 apud WOLF, 1995, p. 130), grande responsável pela criação dessa forma de ver a relação entre a mídia e a sociedade, "as pessoas têm tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo".

É importante lembrar que a mídia produz o que estabelece como importante, mas a sociedade é detentora do "controle remoto", portanto é capaz de mudar de canal/veículo à medida que o conteúdo apresentado não lhe interesse.

Para finalizar, vale ressaltar que, na grande maioria dos casos, os estudos que são feitos baseados neste modelo teórico-metodológico referem-se à convergência entre a agenda política do país e a agenda da mídia. Seu objetivo não é o de verificar mudança nas intenções de voto ou de atitude, mas de que maneira a mídia é capaz de influenciar os cidadãos sobre os temas que devem ser abordados pelos políticos. Por exemplo, em São Paulo, o tópico violência rende matérias diárias na imprensa local, regional e até nacional. Partindo desse enfoque, reflita: qual é o tema mais abordado por políticos na cidade?



Pesquise mais

Ladeira (2015) escreveu um artigo para o Observatório da Imprensa em que ele questiona exatamente o que estamos estudando e discutindo até aqui.

Sob o título *A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?*, ele convida os leitores a pensar sobre o papel social da mídia.

E então, quer pensar um pouco mais a respeito? Acesse o link indicado e confira os pontos de vista do autor.

LADEIRA, F.F. A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?. Observatório da Imprensa, Campinas/ SP, 848 ed, 14 abr. 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-emquestao/a-midia-realmente-tem-o-poder-de-manipular-as-pessoas/>>. Acesso em: 21 out. 2016.

Sem medo de errar

Pedro foi escolhido para elaborar uma matéria a respeito dos prazos do processo de *impeachment* da presidenta da república e de sua "coincidência" com o calendário olímpico, dando destaque ao fato de uma importante votação ocorrer durante a primeira semana dos jogos e se encerrar durante a madrugada.

Para iniciar sua pesquisa, ele levantou junto aos órgãos oficiais o cronograma do processo de *impeachment* da presidenta e também o calendário dos Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro. Ele percebeu que no dia 4 de agosto de 2016, véspera da cerimônia de abertura dos jogos e momento em que o país estava repleto de visitantes estrangeiros (delegações de atletas e turistas), a Comissão Especial do Senado votou o relatório que apontava ilegalidades da presidente afastada. O relatório foi lido em plenário no dia seguinte (dia da cerimônia de abertura dos jogos) e foram aguardadas 48 horas para que a sessão do Senado votasse o relatório.

Avançando na prática

Descrição da situação-problema

No ano de 2009, uma gigante da aviação, a Embraer, empresa instalada São José dos Campos, em Araraquara, e também em diversos países do mundo, promoveu um processo de demissão que atingiu 20% do seu pessoal.

Segundo a nota oficial a seguir, publicada em diversos veículos do país, a empresa tomou tal atitude em virtude da redução na demanda de seus produtos.

O anúncio das demissões foi feito na véspera do Carnaval daquele ano.

Embraer demitirá 20% de sua força de trabalho São José dos Campos. 19 de fevereiro de 2009 – A Embraer informa que, como decorrência da crise sem precedentes que afeta a economia global, em particular o setor de transporte aéreo, tornou-se inevitável efetivar uma revisão de sua base de

”

custos e de seu efetivo de pessoal, adequando-os à nova realidade de demanda por aeronaves comerciais e executivas.

Apesar de sediada no Brasil, a Empresa depende fundamentalmente do mercado externo e do desempenho da economia global – mais de 90% de suas receitas são provenientes de exportações, pouco se beneficiando, portanto, da resiliência que o mercado doméstico brasileiro vem demonstrando.

As reduções representam cerca de 20% do efetivo de 21.362 empregados da Empresa e se concentram na mão de obra operacional, administrativa e lideranças, incluindo a eliminação de um nível hierárquico de sua estrutura gerencial. A expressiva maioria da mão de obra de engenharia mantém-se engajada nos programas de desenvolvimento de novos produtos e tecnologias, que prosseguem inalterados.

Em virtude do cenário que se apresenta, a Embraer reviu suas estimativas para 2009. A Empresa estima entregar 242 aeronaves no período, com uma receita prevista de US\$ 5.5 bilhões. Por conta da redução da estimativa de receita, a Empresa revisou sua previsão de investimentos para US\$ 350 milhões neste ano.

A Embraer expressa seu profundo respeito às pessoas que ora deixam suas posições na Empresa. Respeito pelo trabalho que desenvolveram, pelo tempo de convívio profissional e pessoal, pelo momento difícil que atravessam.

A Empresa reafirma seu compromisso de construir um futuro sustentável e assegurar sua perpetuidade, através da busca contínua da satisfação de seus clientes, da excelência de suas operações e da geração de valor para seus acionistas, comunidades em que está inserido e para a sociedade como um todo.

Fonte: <<http://www.aereo.jor.br/2009/02/19/embraer-demitira-20-de-sua-forca-de-trabalho/>>. Acesso em: 21 out. 2016.

Análise a situação da empresa e o calendário civil. Qual é a relação entre as duas informações? Que comportamento se esperaria da imprensa nesse momento? Por quê?

Resolução da situação-problema

Ao escolher a quinta-feira (véspera do Carnaval) para divulgar as demissões, a empresa buscou um momento da agenda (pensando no modelo teórico do agendamento) em que a repercussão seria pequena, e o foco da sociedade estaria voltado para outros assuntos, mais triviais e alegres, como o Carnaval, que é a maior festa popular do país.

Essa atitude foi planejada e mensurada para que a cobertura da crise da empresa e das demissões ficasse prejudicada. Por se tratar de uma exposição negativa, a empresa

valorizou seus interesses. Quando o Carnaval terminou, a notícia já era velha e não ganhou grande repercussão na mídia.

Faça valer a pena

(...) Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. (SHAW, 1979 apud WOLF, 1995, p. 130)



1. A qual hipótese a definição se refere?

- a) *Newsmaking*.
- b) *Gatekeeper*.
- c) Juízo de valor.
- d) *Agenda-setting*.
- e) Condução pública.

2. O princípio do conceito de agendamento está nos estudos e pensamentos de Walter Lippman, um jornalista norte-americano, que teve participação importante nas pesquisas de opinião nos Estados Unidos.

A essência deste pensamento foi indicada no ano de 1922 por Lippmann em sua obra clássica, que faz menção principalmente a quê?

- a) Proposta de método de trabalho.
- b) Pesquisa de opinião pública.
- c) Percepção de valor por meio da conversa.
- d) Identidade nacional e valor.
- e) Pesquisa de mercado e consumo.

3. "A hipótese da agenda-setting é um dos modelos teórico-metodológicos que procura entender os efeitos da mídia a longo prazo." (AMORIM, 2013, p. 217).

Atribua V para verdadeiro ou F para falso às assertivas a seguir:

- () *Agenda-setting* é considerada uma hipótese.
- () *Agenda-setting* é considerada uma teoria.
- () *Agenda-setting* é considerado um modelo teórico-metodológico.

Agora, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta:

- a) V, V, F.
- b) F, F, F.
- c) F, F, V.
- d) F, V, V.
- e) V, V, V.

Seção 2.3

Gatekeeper e usos e gratificações

Diálogo aberto

Como você já sabe, nosso cenário nesta unidade envolve política. Mais especificamente, o processo de *impeachment* que o Brasil viveu durante o governo de Dilma Rousseff. Nas seções anteriores, Mariana, a estagiária que estamos acompanhando ao longo desta unidade, já acompanhou o calendário de votações e os resultados alcançados durante o processo. A tarefa dela foi a de manter o internauta atualizado, mesmo que com informações mais superficiais, para que o site para o qual ela trabalha seja sempre o primeiro a noticiar a informação. Por meio dessa seleção, Mariana pôde exercitar a seleção dos assuntos mais importantes e aspectos da notícia como produção de sentidos. Na Seção 2, Pedro foi escolhido para elaborar uma matéria a respeito dos prazos do processo de *impeachment* da presidenta da república e de sua "coincidência" com o calendário olímpico, dando destaque ao fato de uma importante votação ocorrer durante a primeira semana dos jogos e se encerrar durante a madrugada. Com isso, Pedro conseguiu observar o aspecto do agendamento das notícias e de como isso pode influenciar no contexto social e político. Agora é a vez de João. Nesta situação hipotética, o estagiário de uma revista semanal de circulação nacional foi escalado para fazer uma matéria sobre a repercussão internacional do processo de *impeachment* da presidenta da república. Isso levará nosso jovem foca e perceber o quanto o envolvimento do receptor e o contexto de cada país onde a informação é publicada podem interferir no "resultado" obtido.

Você está preparado para nossa última aventura nesse momento político tão importante para o país? Como será que nosso país está sendo visto lá fora? O que estão pensando e falando a nosso respeito?

Boa sorte, bom trabalho e mãos à obra!

Não pode faltar

O *gatekeeper* é uma teoria do jornalismo que surgiu nos Estados Unidos, por volta dos anos 1950. Mais especificamente, em 1947, entre os estudiosos da psicologia. O responsável pelo seu surgimento foi Kurt Lewin, mas sua adaptação e aplicação ao jornalismo ficou a cargo de David Manning White, em 1950. Ele estudou o fluxo das notícias dentro da redação. Por meio desses estudos, ele percebeu que uma porcentagem pequena dessas notícias era escolhida para publicação. A partir daí, decidiu se dedicar a identificar quais pontos serviam de cancelas.

O objetivo do *gatekeeper* era fazer uma deferência ao poder que o jornalismo exerce. Isso ocorre porque durante o processo de produção da informação é feita uma série de escolhas e, portanto, a notícia precisa atravessar diversos portões (gates) até que a publicação aconteça. A teoria entende que existe intencionalidade no jornalismo, já que trata-se de um processo subjetivo e arbitrário e que, portanto, não possui fundamento lógico, descumpre regras e apenas depende do arbítrio de alguém que age.

Por meio dos estudos de White, pode-se concluir que, muitas vezes, a forma de escolher as notícias é subjetiva ou arbitrária. Durante seu levantamento, ele observou que muitas notícias foram descartadas porque não havia espaço para serem publicadas. Em outras situações, os temas foram considerados repetitivos. Por fim, algumas matérias deixaram de ser publicadas porque não havia tempo para inseri-las na edição, pois chegaram tarde.

Então, podemos assumir o *gatekeeper* como uma teoria completa, perfeita? Não. Ela tem vários aspectos que limitam sua análise e percepção quanto ao trabalho jornalístico. Entre elas, podemos destacar que pela visão dessa teoria:

A. Há apenas a análise da notícia pelo profissional que a produziu: já observamos nas seções passadas que a produção jornalística não é solitária, que existe uma equipe de redação envolvida no processo. Dessa forma, não há exclusividade na seleção/escolha das informações que serão transmitidas.

B. São desconsideradas as normas profissionais que interferem no processo: o profissional, ao se formar, assume a responsabilidade de respeitar o código de ética profissional e, além disso, submete-se às normas dos veículos para o qual trabalha, portanto, a suposta liberdade é limitada e orientada conforme o que se espera de uma imprensa séria e isenta.

C. Não leva em conta a estrutura burocrática e organizacional à qual o profissional está sujeito: inclui uma chefia que assina a divulgação dos materiais apurados por ele e os critérios de noticiabilidade que permeiam as redações.

É lógico que sabemos que, perante o grande número de acontecimentos que se fazem presentes no dia a dia da vida em sociedade, são consideradas notícias aquelas que passam pelo crivo do profissional, portanto, que superam a cancela (ou o portão) que separa a notícia do simples acontecimento cotidiano. E quem faz essa seleção é uma pessoa, um jornalista. É por meio desse profissional que se decreta a progressão ou a morte de determinado assunto.



Exemplificando

Vamos resgatar uma situação que o país viveu ao longo de muito tempo. Por exemplo, a Operação Lava Jato, da Polícia Federal.

No dia 17 de março de 2014, a Polícia Federal deflagra uma operação com o objetivo de investigar e desarticular um esquema de desvio de recursos públicos e lavagem de dinheiro que teria movimentado R\$ 10 bilhões. A partir da prisão de doleiros e, posteriormente, de ex-funcionários da Petrobrás, a Lava Jato revela a existência de uma rede de corrupção ligada à principal estatal brasileira que envolve empreiteiras, partidos políticos e agentes públicos.

Fonte: ESTADÃO. Operação Lava Jato. <<http://infograficos.estadao.com.br/public/politica/operacao-lava-jato/fases/>>. Acesso em: 21 out. 2016.

Segundo o Estadão, a operação começou em março de 2014 e, até outubro de 2016, já ocorreram 35 fases, sendo as mais divulgadas a Pixuleco, que prendeu José Dirceu; Corrosão, que prendeu Delcídio do Amaral; Catilinárias, que investiga Eduardo Cunha; Acarajé, que prendeu os marqueteiros de Lula; Aletheia, responsável pela investigação do Instituto Lula; Xepa; Carbono 14; Arquivo X e Omertà, responsável pela investigação de Luis Inácio Lula da Silva e Dilma Rousseff.

Porém, não é todo dia que essa ação da PF, mesmo tendo representatividade e interesse da sociedade, tem fato novo para ser notícia. Isso significa que, ao longo de quase dois anos de investigações, a Lava Jato já entrou e saiu das pautas dos veículos inúmeras vezes.

A teoria do *gatekeeper* foi, aos poucos, perdendo força e espaço à medida que se constatava que as escolhas feitas estavam baseadas em tempo ou em espaço de publicação, e não tanto pelos critérios de noticiabilidade. Além disso, outro fator que interfere na escolha dos fatos é a linha editorial do veículo.

Também conhecida como teoria da ação pessoal, podemos concluir que “as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (TRAQUINA, 2005, p. 150).



Pesquise mais

No site do Observatório da Imprensa você encontrará um artigo bem interessante a respeito do *gatekeeper*: *Objetividade e subjetividade na seleção e classificação*, escrito por Hérica Lene (2008).

Acesse o texto no link indicado e pense um pouco mais a respeito do processo de interferência do profissional na elaboração de uma notícia.

Lenne, H. Objetividade e subjetividade na seleção e classificação. Observatório da Imprensa, Campinas/SP, 501 ed. 2 out. 2008. <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/objetividade-esubjetividade-naselecao-e-classificacao/>>. Acesso em: 21 out. 2016.

White (1950), ao concluir parte de seus estudos, identificou que as notícias são descartadas por cinco motivos:

1. Falta de espaço.
2. Pouca ou nenhuma importância.
3. Relatos duplicados do mesmo fato.
4. Péssima qualidade do texto.
5. Acontecimentos muito distantes.

A internet, por conta de sua característica de limitação de espaço, complexidade de veiculação, simplificação da linguagem e agilidade, veio como uma solução para a falta de espaço, um dos critérios de exclusão utilizado pelos *gatekeepers*. Dessa forma, há mais espaço para textos, fotos e podemos contar com a inclusão de materiais em áudio e vídeo, diversificando, assim, as plataformas de produção que antes eram limitadas pela natureza do veículo (impresso, áudio ou televisivo).



Assimile

A tradução de *gatekeeper* é porteiro. Então, podemos entender o jornalista como aquele que abre os portões (*gates*) da publicação para as informações, tornando-se, assim, o "porteiro".

Nosso segundo desafio nesta seção é compreender a teoria de usos e gratificações. As pesquisas do gênero começaram em 1940 e tentam "responder quais os benefícios, os usos e satisfações obtidos através da experiência com os meios e ainda procuram colocar em evidência os vínculos entre tipos específicos de conteúdo e certos tipos de audiência." (GRANT, 2005, p. 65).

Podemos concluir, então, que esses estudos pretendem compreender quais são as motivações que levam o público a consumir determinados produtos culturais, isto é, que relações são geradas pela mídia e como surgem nos espectadores determinadas

necessidades específicas. Portanto, a teoria *denota o que os receptores fazem dos meios de comunicação, e não o que os meios de comunicação fazem dos receptores*.

Daí a origem do tema que estamos tratando aqui, que é a centralidade do receptor dentro da teoria de uso e gratificações.

Essa teoria surgiu imersa em um cenário social que procurava perceber as relações, quais influências, onde havia possibilidade de manipulação e como ocorriam as vivências comunicacionais entre as pessoas. Nesse sentido, eram identificados grupos que estavam em harmonia ou que apresentavam-se em desacordo com o restante da sociedade. O que se queria era pesquisar e identificar quais razões faziam as pessoas dirigir sua atenção aos produtos de mídia e que tipo de retribuição era proporcionado por isso. Daí o surgimento do nome "usos e gratificações" para esses estudos.

Por meio das pesquisas de Katz, Blummer e Gurevith (1947) apud Grant (2005), podemos delimitar cinco pressupostos básicos que compõem a teoria de usos e gratificações. São eles:

1. A audiência é ativa e utiliza os meios de comunicação com propósitos claramente determinados.
2. Um membro da audiência detém a possibilidade de disseminar a necessidade de gratificação.
3. Os *media* competem com outras fontes a possibilidade de satisfazer o público.
4. O público tem consciência suficiente do uso que dão aos *media*, de seus interesses e de seus motivos.
5. Somente a audiência está apta a produzir um juízo de valor sobre os conteúdos dos meios de comunicação. (KATZ; BLUMMER; GUREVITH, 1947 apud GRANT, 2005, p. 355).



Robert Merton (1968 apud RUÓTOLO, 1998) apresenta em suas pesquisas a influência da comunicação de massa. Ele afirma que essa influência continuará sem ser entendida se os estudiosos continuarem a considerar a sua importância sem relacioná-la à experiência e ao contexto e a história de vida do público. A mensagem é captada, interpretada e adaptada segundo o indivíduo que a recebe, levando em conta todo seu arcabouço e sua motivação no momento.

Quando falamos em motivação, é preciso ter em mente que as condições sociais e psicológicas da pessoa é que vão dar origem a ela. Assim, são preenchidas necessidades que surgem a partir da vida cotidiana de cada um. As situações vividas são, portanto, o início das "gratificações", à medida que possibilitam uma maior (ou menor) interação com a mídia ou por meio de necessidades não satisfeitas no mundo real, que são compensadas por meio do "uso" desses meios de comunicação (MERTON, 1968 apud RUÓTOLO, 1998, p. 397).



Exemplificando

Você já deve ter ouvido falar que telenovela é uma "obra aberta". Sabe por quê? Quando uma novela é pensada pelo autor, ele escreve uma sinopse que vai servir de "mapa" para o roteiro das cenas e dos capítulos que são escritos ao longo do processo de produção do material.

Porém, em alguns casos, por conta da "resposta" que a trama recebe, o roteiro precisa ser adaptado e os personagens sofrem alterações em seus destinos. Um exemplo disso foi a novela *Velho Chico*, da Rede Globo, que foi ao ar ao longo do ano de 2016.

Veja o que diz a matéria a seguir, publicada pelo *Diário Gaúcho*:



Velho Chico passará por mudanças para evitar rejeição do público. Pesquisa com telespectadores mostrou os pontos fracos da trama. **Velho Chico** mal trocou de fase e já vai mudar novamente. A ordem da direção da Globo, depois de pesquisa realizada com telespectadores, é deixar a novela mais contemporânea e com o ritmo menos lento. A rejeição do público vai na contramão do que a emissora pretendia com a trama das 21h. Depois de várias novelas ágeis e modernas, pensou-se em uma "volta às origens", com mais fantasia, idealismo e lentidão, a exemplo do que era feito em décadas passadas. (...)

Entre os elementos que causaram um certo estranhamento ao público está o figurino dos personagens. O público argumenta que as roupas não combinam com o clima do sertão nordestino, muito menos com uma trama dita contemporânea. Os ternos berrantes de Afrânio (Antonio Fagundes), as roupas coloridas e esvoaçantes de Tereza (Camila Pitanga) e Iolanda (Christiane Torloni), os trajes escuros e pesados de Encarnação (Selma Egrei) e os trajes das empregadas da fazenda, que mais parecem saídos dos tempos da escravidão, são alguns dos excessos apontados pelos telespectadores.

Além de tudo isso, o povo pede mais romance e menos crítica social. Ninguém aguenta mais esperar pelo reencontro entre Tereza e seu amado Santo (Domingos Montagner). As mudanças, por enquanto, esbarram na vontade de Luiz Fernando Carvalho. O diretor resiste às alterações no cenário

e no figurino, alegando que tudo isso remete à construção artística da obra. Não é fácil acompanhar Velho Chico, mas a trama merece mais atenção e menos impaciência. Não entendo os exageros de figurino e cenário como "erros", mas sim como elementos de uma história atemporal, que não precisa ter uma época ou local certo para ser bem contada. É magia, fantasia, ficção, não pode ser tratada como totalmente contemporânea ou de época. Por trás de todos esses elementos "estranhos", há uma crítica política mais atual do que nunca, afinal, tem certas coisas que nunca mudam nesse Brasil.

Fonte: <<http://diariogaucha.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2016/04/velho-chico-passara-por-mudancas-para-evitar-rejeicao-do-publico-5782515.html>>. Acesso em: 21 out. 2016.

A adaptação de obras, a mudança de horários, o reenquadramento de propostas não são feitos ao bel-prazer dos que produzem o conteúdo. A audiência, fonte de renda das emissoras, é a grande responsável por se manter ou retirar um produto do ar.

Para finalizar, precisamos compreender que as necessidades humanas fundamentais podem ser biológicas ou psicológicas. O ser humano possui diversas características intraindividuais e extraindividuais. Essas necessidades, combinadas com as características, somadas à estrutura social, que inclui os meios de comunicação de massas, levam a diferentes problemas que o indivíduo percebe em maior ou menor intensidade e, a partir disso, gera inúmeras soluções.

É a composição desses problemas com as perspectivas das soluções que levam a comportamentos de satisfação das necessidades ou solução dos problemas. E são esses comportamentos diferentes no consumo dos meios de comunicação e no comportamento social que são os objetos de estudo da teoria dos usos e gratificações.



Refleta

Nesta seção, você viu duas teorias: *gatekeeper* e usos e gratificações, certo? Então, vamos levantar alguns questionamentos para que você reflita e debata com seus colegas:

- Em que essas teorias se assemelham?
- Em que elas se diferenciam?

- Qual é mais correta?
- Qual é mais completa?
- Qual é mais atual?

Já adiantamos que não existe resposta única, nem definitiva. Aqui, cabe, sim, um bom debate, levantando-se argumentos dos dois lados.

Boa sorte, bom debate!

Sem medo de errar

Em uma rápida pesquisa na internet, nosso estagiário João encontrará uma série de leituras feitas por veículos de comunicação brasileiros a respeito das matérias publicadas no mundo:

Figura 2.7 | Pesquisa sobre o Impeachment de Dilma no mundo.

- G1 - Imprensa internacional repercute impeachment de Dilma ...**
[g1.globo.com/.../impeachment-de-dilma/.../imprensa-internacional-repercute-impeachment...](#)
 31 de ago de 2016 - Site da CNN destaca impeachment de Dilma Rousseff (Foto: Reprodução/ ...
 Jornal argentino Clarín diz que afastamento definitivo de Dilma ...
- G1 - Veja a repercussão do afastamento de Dilma entre países e ...**
[g1.globo.com/.../veja-repercussao-do-afastamento-de-dilma-entre-paises-e-lideres.htm...](#)
 12 de mai de 2016 - Veja a repercussão do afastamento de Dilma entre países e líderes ... Na visão
 do governo cubano, o processo de impeachment é "um artifício ...
- Imprensa estrangeira 'alerta' mundo sobre impeachment no Brasil ...**
[politica.estadao.com.br/.../geral/imprensa-estrangeira-alerta-mundo-sobre-impeachment...](#)
 12 de mai de 2016 - Imprensa estrangeira 'alerta' mundo sobre impeachment no Brasil ... O jornal
 ainda lembrou a luta de Dilma no exterior - sem sucesso - para ...
- Votação do impeachment de Dilma vira piada no exterior | Partido dos ...**
[www.pt.org.br/votacao-do-impeachment-de-dilma-vira-piada-no-exterior/](#)
 18 de abr de 2016 - A votação do processo de impeachment da presidenta Dilma Rousseff na
 Câmara dos Deputados virou motivo de chacota na imprensa ...
- Impeachment de Dilma não irá salvar Brasil, diz imprensa ... - BBC.com**
[www.bbc.com/portuguese/brasil-37231508](#)
 31 de ago de 2016 - No dia em que o Senado deverá aprovar o impeachment de Dilma Rousseff,
 jornais no exterior destacam que o afastamento definitivo da ...
- Impeachment de Dilma não irá salvar Brasil, diz ... - UOL Notícias**
[noticias.uol.com.br/.../impeachment-de-dilma-nao-ira-salvar-brasil-diz-imprensa-estra...](#)
 31 de ago de 2016 - No dia em que o Senado deverá aprovar o impeachment de Dilma Rousseff,
 jornais no exterior destacam que o afastamento definitivo da ...

Fonte: <<https://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#q=impeachment+dilma+no+exterior>>. Acesso em: 23 jan. 2017.

Assim, ele já poderá encontrar material que o auxiliará na redação de sua pauta. Além disso, ele conseguirá levantar as informações por meio de uma busca no acervo de publicações como Le Monde, El País, Times entre outros, assim como em outros jornais de países da América Latina, América do Norte e Europa, por exemplo, que estão acompanhando todo este processo e, assim, descobrir que leitura esses veículos estão fazendo do tema.

Avançando na prática

É Fantástico!

Descrição da situação-problema

A revista eletrônica dominical editada pela Rede Globo de Televisão, o Fantástico, é um exemplo do que se avalia por meio da teoria dos usos e gratificações. Nela, temos tanto o alívio das tensões e mazelas cotidianas quanto dicas sobre os mais variados temas. Concorda?

Aplica-se, portanto, a base da teoria apresentada por meio das matérias publicadas em cada edição do programa.

Que tal você convidar seus colegas e familiares para assistir ao Fantástico deste domingo? Elenque os temas abordados durante o programa e discuta com seus companheiros de audiência qual é a percepção que eles têm sobre os fatos.

Antes de começar, peça para que digam qual dos assuntos anunciados lhes desperta maior interesse. Anote isso e guarde com você. Depois de terminado o programa, peça para que eles indiquem qual matéria mais os chamou a atenção e por quê. Confronte esse resultado com suas anotações anteriores e veja se as opiniões se mantiveram.

Avalie, junto com eles, qual é o motivo de tal assunto ser o de maior interesse deles. Estamos falando de informações factuais? Temas polêmicos? Furos de reportagem? Assuntos que estão na mídia há muito tempo? Novidades?

Resolução da situação-problema

A teoria dos usos e gratificações está baseada em três aspectos:

1. O receptor é ativo. Ele busca os meios de comunicação. O que desperta interesse são os assuntos que melhor atendam às necessidades e desejos do indivíduo.
2. O que leva um indivíduo a escolher meios e conteúdos está diretamente ligado a influências psicológicas, ambientais, conjunturais e sociais.
3. Ao expor-se ao meio, o receptor espera que esses motivos sejam gratificados por meio da sua satisfação.

Quando falamos na teoria de usos e gratificações, estamos nos referindo à relação que o receptor estabelece com o meio de comunicação ou a outras formas de satisfação, como relaxar lendo um livro ou sair para dar um passeio. Por isso, a exposição à mídia não é casual, é um ato intencional.

Dessa forma, ao assistir ao Fantástico com seus colegas e familiares, é possível avaliar até que ponto a televisão está gratificando a audiência e de que maneira isso está ocorrendo.

Faça valer a pena

1. É uma teoria do jornalismo que surgiu nos Estados Unidos, por volta de 1950. Mais especificamente, em 1947, entre os estudiosos da psicologia. O responsável pelo seu surgimento foi Kurt Lewin, mas sua adaptação e aplicação ao jornalismo ficou a cargo de David Manning White, em 1950.

A descrição acima faz referência a qual das teorias do jornalismo?

- a) Usos e gratificações.
- b) *Newsmaking*.
- c) *Agenda-setting*.
- d) *Gatekeeper*.
- e) Espiral do silêncio.

2. Robert Merton apresenta em suas pesquisas a influência da comunicação de massa. Ele afirma que ela continuará sem ser entendida se os estudiosos continuarem a considerar a sua importância sem relacioná-la à experiência e ao contexto e a história de vida do público. A mensagem é captada, interpretada e adaptada segundo o indivíduo que a recebe, levando em conta todo seu arcabouço e sua motivação no momento.

Quando falamos em motivação, é preciso ter o quê em mente?

- a) Que motivação e capacidade de compreensão estão intimamente ligadas.
- b) Que as condições sociais e psicológicas da pessoa é que vão dar origem à motivação.
- c) Que a percepção do todo requer um olhar individual.
- d) Que a mídia é manipuladora em sua essência.
- e) Que os donos dos veículos de comunicação são quem pautam suas emissoras.

3. Também conhecida como teoria da ação pessoal, podemos concluir que “as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (TRAQUINA, 2005, p. 150).

David Manning White (1950), ao concluir parte de seus estudos, identificou que as notícias são descartadas por alguns motivos. Assinale V (verdadeiro) ou F (falso) para os motivos citados a seguir:

- () Falta de espaço.

- () Pouca ou nenhuma importância.
- () Relatos duplicados do mesmo fato.
- () Péssima qualidade do texto.
- () Acontecimentos muito distantes.

Assinale a alternativa que apresenta a sequência correta:

- a) F, F, F, F, F.
- b) V, V, V, V, V.
- c) V, V, F, F, F.
- d) V, V, V, F, F.
- e) F, F, V, F, V.

Referências

- ADORNO, Theodor W; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Tradução de Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AMORIM, Paula Karini Dias Ferreira. Media effects: efeitos cumulativos e de longo prazo dos modelos teóricos. **Caderno Seminal Digital**, v. 20, n. 20, p. 208-234, jul-dez. 2013.
- BARROS FILHO, Clóvis de. **Ética na comunicação**: da informação ao receptor. São Paulo: Moderna, 2001.
- BARTHES, R. A Mensagem fotográfica. In: LIMA, L. C. **Teoria da cultura de massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **Modernidade, pluralismo e crise de sentido**: a orientação do homem moderno. Petrópolis: Vozes, 2008.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- GRANT, R. Teoría de los Usos y las Gratificaciones. In: WEST, R.; TURNER, L. H. **Comunicación, teoría, análisis aplicación**. Madrid: Moregraw Hill, 2005.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e mídia**: a cultura do espetáculo. São Paulo: Atlas, 2003.
- GUEDES, Viviane Marques A. cotidianidade dos jornalistas. In: PEREIRA, W. (Org.). **O trabalho de Sísifo**: jornalismo e vida cotidiana. João Pessoa: Manufatura, 2004.
- LADEIRA, Francisco F. **A mídia realmente tem o poder de manipular as pessoas?** Observatório da Imprensa, 2015. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-midia-realmente-tem-o-poder-de-manipular-as-pessoas/>>. Acesso em: 19 jan. 2016.
- LENE, Hérica. **Objetividade e subjetividade na seleção e classificação**. Observatório da Imprensa, 2008. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/objetividade-e-subjetividade-na-selecao-e-classificacao/>>. Acesso em: 19 jan. 2016.
- LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. Tradução e prefácio de Jacques A. Wainberg. Petrópolis: Vozes, 2008.
- LOPES, Pollyana F. **Noticiabilidade, rotinas de produção e jornalismo ético**. Observatório da Imprensa, 2014. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed806_noticiabilidade_rotinas_de_producao_e_jornalismo_etico/>. Acesso em: 19 jan. 2016.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. The agenda-setting function of mass media. **The Public Opinion Quarterly**, Oxford, v. 36, Summer, p. 176-187, 1972.

MERTON, Robert K. On sociological theories of the middle range. In: MERTON, Robert K. **Social Theory and social structure**. New York/London: The Free Press, 1968, p. 39-72.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso**: introdução à análise do discurso. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

RUÓTOLO, Antônio. Tipologia dos telespectadores do ABC paulista. In: MARQUES DE MELO, José., CASTELO, Samantha. **Pensamento comunicacional brasileiro**: o grupo de São Bernardo. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998.

SOUSA, J. P. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Chapecó: Argos, 2002.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

_____. **Teorias do jornalismo**: porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

WHITE, David Manning The gatekeeper: a case study in the selection of news. **Journalism Quarterly**, Bowling Green, v. 27, n. 4, p. 382-394, 1950.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

_____. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Lisboa: Presença, 1995.

Teorias do jornalismo: espiral do silêncio, espelho, organização e ação política

Convite ao estudo

Olá, aluno! Bem-vindo a mais uma etapa no nosso processo de aprendizagem sobre as principais teorias do jornalismo!

Como anda sua vida de “foca”? E a de nossos colegas estagiários, que estão batalhando na construção de suas carreiras e enfrentando desafios cotidianos na jornada de trabalho das diversas redações?

Temos vivenciado experiências que envolvem a televisão, o jornalismo impresso e a web. São suportes de informação com características diferentes, mas que são cercados por embasamentos, pesquisas e pesquisadores que refletem sobre seu papel e suas consequências.

Em nossa trajetória, já conhecemos a forma de ver a comunicação e o jornalismo apresentados por teorias como *newsmaking*; *gatekeeper*; *agenda-setting*; e usos e gratificações. Além disso, conhecemos o conceito de noticiabilidade, as funções do jornalista, o processo de produção da notícia e seu papel social.

Nesta terceira unidade, vamos caminhar mais um pouco na construção deste importante arcabouço teórico para que possamos saber o que e para que estamos fazendo, escrevendo e produzindo notícia.

Você se lembra que cada um dos nossos personagens é estagiário em um lugar diferente? Pedro que está estagiando em uma emissora de TV local e vai realizar sua atividade de acordo com o tema “espiral do silêncio x teoria do espelho”. João, estagiário em uma revista local, também realizará

suas reflexões e análises de acordo com o tema “teoria organizacional” e Mariana, que está estagiando em um portal de notícias na internet, realizará suas análises de acordo com a teoria instrumentalista ou ação política. Neste caso, essas teorias que permeiam o jornalismo serão tratadas em diferentes situações por nossos estagiários.

O objetivo será o de compreender conceitos teóricos a fim de aplicá-los ao exercício cotidiano da prática profissional, por meio das teorias da espiral do silêncio, do espelho, organizacional e da instrumentalista ou ação política.

Vamos lá? Animado para mais uma viagem entre pensamentos e reflexões importantes para a sua formação como um profissional ético e consciente de seu papel na sociedade? Então, bons estudos.

Seção 3.1

Teoria da espiral do silêncio x teoria do espelho

Diálogo aberto

Depois de viver a cobertura das Olimpíadas, conhecer as nuances do jornalismo ao longo da história, aprender sobre conceitos como noticiabilidade e construção da notícia, o grupo de amigos, personagens das nossas situações-problema, se deparou com o processo de *impeachment* da presidenta da república. Nesse cenário, eles vivenciaram experiências que envolveram teorias como *newsmaking*, *gatekeeper*, *agenda-setting* e teoria dos usos e gratificações.

Vamos começar nossos trabalhos acompanhando Pedro. Ele deverá cobrir, para a emissora de TV local, a pauta proposta por uma sociedade amigos de bairro (SAB) do seu município, que reivindica uma posição da prefeitura a respeito da obra de ciclovia instalada em uma importante avenida da cidade, mas que comprometeu a fluidez do trânsito. O objetivo da matéria é abordar os diversos pontos de vista e levantar o ponto de partida do posicionamento dessa SAB. Com isso, Pedro entenderá o conceito da espiral do silêncio.

Você já parou para pensar a respeito da expressão "Maria vai com as outras?". Talvez essa seja uma forma singela, mas bastante próxima do real, que começa a ilustrar a teoria que estudaremos a seguir.

Boa sorte nos estudos!

Não pode faltar

Já passamos da metade do curso e isso é um marco importante. Uma pergunta: você já se sente confortável ao falar e pensar a respeito do jornalismo, do papel da imprensa e do reflexo disso para a sociedade?

A teoria que apresentaremos a seguir vai levá-lo a se questionar a respeito tanto do jornalismo quanto do comportamento humano.

Por acaso você já esteve em um lugar ou diante de uma situação em que só você pensava de uma determinada maneira e todos os outros indivíduos presentes pensavam de forma contrária? Qual foi sua atitude? Um caminho seria o de apresentar seu ponto de vista aos demais e "enfrentar" as consequências, mesmo que isso significasse o julgamento ou sua exclusão do grupo social.

Outra opção seria o silêncio! E como "quem cala, consente", você assumiria que a posição dos demais, diferente da sua, é a correta. Certo?

Num primeiro momento, a tendência da maioria das pessoas seria responder a este questionamento dizendo que tentaria defender seu ponto de vista a qualquer custo, assumindo uma posição idealista. Porém, a consequência disso seria o "isolamento social" dos que assumem essa postura de controvérsia social minoritária. E a vida é para ser vivida em sociedade. O ser humano não gosta de viver sozinho, isolado de seus iguais.

Quando nos aprofundamos no estudo da teoria da espiral do silêncio, percebemos que ela procura explicar de que maneira há a influência da opinião pública na opinião individual.

Esses estudos começaram na década de 1960 e se basearam nas pesquisas sobre os efeitos dos meios de comunicação de massa. Eles foram construídos por uma socióloga e cientista política alemã chamada Elizabeth Noelle-Neumann.



O resultado é um processo em espiral que incita os indivíduos a perceber as mudanças de opinião e a segui-las até que uma opinião se estabelece como atitude prevalecente, enquanto as outras opiniões são rejeitadas ou evitadas por todos, à exceção dos duros de espírito. (NOELLE-NEUMAN, 1984, p. 45, tradução nossa)

A teoria da espiral do silêncio surgiu em 1972, durante um evento científico da área de psicologia que ocorreu em Tóquio, e contou com a participação da alemã Noelle-Neumann. Porém, apenas a partir de 1984, com a publicação do livro *Espiral do silêncio*, a teoria foi disseminada.



Assimile

Quando uma pessoa tem uma opinião individual diferente da maioria ou do pensamento coletivo, pode acontecer o isolamento social do indivíduo. Isso ocorre quando as pessoas alteram a sua forma de pensar ou ficam em silêncio. Elizabeth Noelle-Neuman, psicóloga alemã, afirmava que pessoas escolhiam o silêncio por conta do medo da solidão social.

Observe a Figura 3.1. Ela ilustra a teoria da espiral do silêncio e faz com que as informações possam ser entendidas.

Figura 3.1 | Teoria da espiral do silêncio



Fonte: < https://beforespeak.files.wordpress.com/2015/05/espiral_de_silencio.jpg>. Acesso em: 4 fev. 2017.

[...] aquilo que não é constantemente propagado entra em um ciclo de desaparecimento, resultando na absoluta predominância daquilo que é propagado. Ou seja, não se menciona aquilo que não há interesse que os outros saibam ao mesmo tempo em que é amplamente divulgado aquilo que se quer que os outros saibam. É apagar da história um acontecimento com a técnica de Joseph Goebbels (João Santana, do Partido Nacional Socialista dos Trabalhadores Alemães). Ou melhor, “uma mentira repetida mil vezes torna-se verdade” e uma verdade não veiculada simplesmente não existe. (LUCAS, 2011, p. 184)

Está claro do que estamos falando? Você consegue perceber isso no movimento das notícias dentro das pautas e das redações?



Exemplificando

Um exemplo é o caso Richthofen. Acompanhe:

Em 31 de outubro de 2002, os pais de Suzane von Richthofen foram mortos a pauladas enquanto dormiam. Os assassinatos foram planejados por Suzane e executados pelo então namorado da jovem, Daniel Cravinhos de Paula e Silva, e pelo irmão

dele, Cristian Cravinhos de Paula e Silva. Os três foram condenados pelo crime. Suzane nasceu em uma família de classe média alta de São Paulo. Ela e o irmão, Andreas, moravam com os pais, Manfred, engenheiro, e Marísia, psicanalista, em uma casa no Campo Belo. Estudante de direito na PUC, a jovem, então com 18 anos, namorava Daniel, de 21, havia três anos. De nível socioeconômico inferior, Daniel não trabalhava, não estudava, e os dois usavam drogas. Fonte: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/crimes/caso-suzane-vonrichthofen/n1596994333920.html>>. Acesso em: 9 fev. 2017.

O caso teve repercussão intensa durante vários meses na mídia nacional. Veículos de comunicação deram espaços generosos às novas informações que eram geradas pela polícia, pela procuradoria e pela defesa.

Com o tempo, o tema foi deixando as páginas dos noticiários cotidianos e só ressurgia quando um fato novo aparecia. Momentos como quando a jovem Suzane e os irmãos Cravinhos, que estavam aguardando o julgamento em liberdade, foram vistos nas praias de Ubatuba (SP); quando foram julgados; quando Suzane pôde progredir de sistema prisional e recusou, entre outros.

O ápice da mobilização da opinião pública foi quando Suzane adquiriu o direito da saída temporária. Cada vez que a detenta é autorizada a deixar a penitenciária onde está presa, a mídia noticia, e a opinião pública se choca e se revolta novamente com o caso.

Mas sempre há aqueles que veem a saída temporária como um processo de ressocialização importante, como uma forma de reabilitar o criminoso à vida em sociedade.

Porém, em casos como o de Suzane, os "defensores" são sempre mal vistos, já que o crime chocou e ainda choca a população. Normalmente, essas pessoas acabam se privando de expressar, e algumas até de pensar positivamente sobre o caso. O medo, para a maioria, é ser isolado socialmente por "compactuar com um criminoso".

E você? Conhece a história? Lembra de detalhes do caso? Acesse o link indicado e inteire-se sobre o assunto. Amplie seus conhecimentos fazendo uma pesquisa mais aprofundada nos acervos dos jornais da época. Depois disso, tire suas próprias conclusões!

Agora, perguntamos: você concorda com a saída temporária da prisão ou acha que Suzane é uma criminosa que não deve ter direito ao benefício? Por quê?

Uma vez compreendida a teoria da espiral do silêncio, precisamos fazer uma relação importante dela com uma outra forma de compreender o jornalismo, conhecida como teoria dos definidores primários.

Primeiramente, quem são os definidores primários? São aquelas autoridades em determinados assuntos, aquelas pessoas que têm uma maior representação em importantes fatos sociais.

Por exemplo: se ocorre uma enchente em um município, quem os jornalistas irão procurar? Muito provavelmente o prefeito e a defesa civil da cidade, certo? Essas pessoas darão o "tom" das informações que serão geradas a respeito do fato. Se o prefeito for um sensacionalista por natureza, com certeza ele pintará o quadro com informações mais emotivas, que choquem mais a opinião pública. Já se for uma pessoa mais centrada, que tende primeiro a avaliar para depois divulgar, que não quer aumentar a proporção das coisas, o quadro terá tons mais suaves.

Então, podemos afirmar que a teoria dos definidores primários está baseada no âmbito das fontes. Isso significa que é necessário reconhecer que a atividade jornalística está sujeita à concepção das informações geradas por meio das pessoas/entidades que fornecem os dados, o que influencia a rotina das redações e a produção das notícias. A forma como são interpretadas as falas das fontes institucionalizadas define o encaminhamento e o contexto das notícias.

Para Stuart Hall (2002), essa interpretação comanda a ação em todo o tratamento subsequente e impõe referências que irão nortear as coberturas e reportagens, assim como os debates futuros.

Se as fontes informam segundo seu ponto de vista e se o pensamento da maioria é o que se estabelece como "verdade", então temos uma forte relação entre a opinião das fontes, publicada na mídia e tida como verdade, e o estabelecimento da opinião da maioria. "Tostines vende mais porque é fresquinho ou é fresquinho porque vende mais?" Esta frase, que viralizou na época do comercial dos biscoitos Tostines, e até hoje é possível ouvi-la, é a tradução de quando tratamos sobre ponto de vista.

Uma vez que compreendemos a teoria da espiral do silêncio e como ela se relaciona com a teoria dos definidores primários, vamos caminhar mais um pouco entre os teóricos do jornalismo. Nossa tarefa, agora, é conhecer a teoria do espelho.

Será que a teoria do espelho tem relação com a vaidade que impera entre as pessoas na sociedade moderna? Vamos descobrir juntos!

Considerada a mais antiga das teorias do jornalismo, a teoria do espelho surgiu em 1850 e se inspirou no positivismo de Auguste Comte (1798-1857). Ela esteve inserida no período de mudanças na imprensa norte-americana. Seus estudos baseiam-se na separação de fatos e opiniões. Isso significa que o jornalista descreveria objetivamente aquilo que vê. Com base nessa teoria, o jornalista deve contar a verdade sobre o fato, sempre! Doa a quem doer.



Pesquise mais

Verbena Córdula Almeida publicou o artigo "O desafio do jornalismo na sociedade contemporânea" no site do Observatório da Imprensa. Nele, ela discute o papel do jornalismo por meio de um episódio ocorrido na capital baiana durante a inauguração da Arena Fonte Nova. Acesse o artigo no link disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/_ed741_o_desafio_do_jornalismo_na_sociedade_contemporanea/>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Essa foi a primeira tentativa de entender por que as notícias são construídas da forma como são. Seu principal pensamento fala que o jornalista reflete a realidade, como um espelho. Então, as notícias são como são porque essa é a realidade. O papel da imprensa é o de ser um espelho da sociedade, refletindo o que ocorre. Para os pesquisadores dessa teoria, o jornalista é um ser desinteressado, que emite um relato equilibrado e honesto sobre aquilo que observa. O dever do jornalista é informar. E quando se pensa em informar, pensa-se em dizer e buscar a verdade, acima de tudo.

Atualmente, a visão sobre a teoria do espelho é de que ela é pobre e insuficiente para analisar o jornalismo. Apenas pelo fato de a linguagem não ser neutra (neutralidade total é impossível), essa visão já pode ser "condenável".

Uma fonte pode distorcer um fato. O jornalista sempre tem "intermediários" no processo de apuração de uma notícia. Essa é uma das teorias que as escolas de jornalismo continuam a apresentar aos seus estudantes devido ao fato de ela ter sua importância por ter sido a primeira, mas ela já não cabe como metodologia de estudo e de análise para a imprensa.



Refleta

Ainda em clima de "ressaca" pós-eleição de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos, um site americano fez um levantamento a respeito do que se publicou na internet sobre o tema.

Várias notícias falsas sobre as eleições presidenciais nos Estados Unidos tiveram mais alcance no Facebook do que as principais histórias eleitorais de 19 grandes fontes de notícias, como os jornais The New York Times,

Washington Post e NBC News. Nos três últimos meses de campanha, 20 histórias falsas de sites que se dizem informativos e de blogs relacionados às eleições geraram 8.711 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no Facebook. No mesmo período, as 20 melhores histórias eleitorais de 19 principais sites de notícias geraram um total de 7.367 milhões de compartilhamentos, reações e comentários no Facebook. O BuzzFeed observou que no período anterior aos três últimos meses a performance do conteúdo dos principais veículos superou as falsas notícias. No entanto, à medida que a eleição se aproximava, o envolvimento com conteúdos falsos no Facebook disparou e ultrapassou o conteúdo das principais fontes de notícias. As duas notícias falsas que mais repercutiram foi Wikileaks confirma que Clinton vendeu armas para o Estado Islâmico e Papa Francisco choca o mundo e apoia Donald Trump.

Fonte: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2016/noticia/2016/11/noticias-falsas-sobre-eleicoes-nos-eua-superam-noticias-reais.html>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Será que a sociedade da informação, como somos conhecidos, está realmente pautada por informações reais? Será que o leitor/replicador tem *know-how* para compartilhar informações?

Qual é o papel do jornalista, nesse caso? A discussão a respeito da obrigatoriedade do diploma cabe aqui? O que você pensa a respeito?



Vocabulário

Positivismo: corrente filosófica que surgiu na França no início do século XIX. Seus idealizadores foram Augusto Comte e John Stuart Mill. O positivismo defende a ideia de que o conhecimento científico é a única forma de conhecimento verdadeiro. Segundo os positivistas, pode-se afirmar que uma teoria é correta somente se ela foi comprovada por meio de métodos científicos válidos.

Sem medo de errar

Na nossa situação-problema desta seção, a tarefa de Pedro foi cobrir, para a emissora de TV local, a pauta proposta por uma sociedade de amigos de bairro do município, que reivindica uma posição da prefeitura a respeito da obra de ciclovia instalada em uma importante avenida da cidade, mas que comprometeu a fluidez do trânsito.

Para isso, nosso estagiário precisou ouvir todas as partes envolvidas. A SAB, que propôs a pauta; os moradores atingidos pela construção, que são os usuários do

trânsito local; os usuários da ciclovia; a prefeitura; e a empresa que projetou a mudança.

Ao concluir o levantamento das informações, Pedro precisou selecionar as falas para montar sua matéria. Segundo as teorias que estudamos nesta unidade, o resultado pode ser influenciado por uma série de itens, por exemplo:

- A SAB não gostou da mudança: como a geradora da matéria, tem uma visão negativa, a matéria já nasce com esse viés. Temos aqui a teoria dos definidores primários.

- As pessoas que moram no bairro: influenciadas pela postura combativa da SAB, tendem a se posicionar da mesma forma, evitando, assim, problemas com os vizinhos e com a sociedade em que estão inseridas. Temos aqui a espiral do silêncio.

- A prefeitura: responsável pela mudança, tende a se calar ou a ressaltar os benefícios.

E assim por diante.

O objetivo da matéria é abordar os diversos pontos de vista e levantar o ponto de partida do posicionamento da SAB. Com isso, Pedro pôde compreender e vivenciar os conceitos da espiral do silêncio e das outras teorias que apresentamos nesta seção.

Avançando na prática

Enquete de Fátima Bernardes causa revolta entre policiais

Descrição da situação-problema

A reportagem da revista *Veja* de 21 de novembro 2016 apresenta uma polêmica criada pela apresentadora Fátima Bernardes, da Rede Globo, em seu programa matinal. Confira!



Uma enquete realizada pelo Encontro com Fátima Bernardes na última quinta-feira suscitou uma polêmica que só fez crescer nas redes sociais neste fim de semana. Motivado pela estreia de *Sob Pressão*, filme de Andrucha Waddington sobre um médico do sistema público que se vê obrigado a decidir quem vai atender primeiro — e por isso, muitas vezes, quem irá salvar —, o programa quis saber, de seus convidados, quem eles socorreriam antes, se um policial ferido ou um traficante com risco de morte. No longa, há uma cena em que o médico, vivido por Julio Andrade, precisa tomar essa decisão. Os convidados do programa, Andrade entre eles, escolheram

atender primeiro o criminoso. Fátima Bernardes vem sofrendo críticas e ataques de autores identificados como policiais ou simpatizantes da classe, que inundam a internet com críticas ao resultado da enquete. [...] Fonte: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/enquete-de-fatima-bernardes-causa-revolta-entre-policiais/>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Numa situação como essa, como você se posicionaria? Procuraria expressar de maneira sincera sua forma de pensar ou faria um levantamento sobre como a maioria está pensando e, com base nisso, se posicionaria da mesma maneira, independentemente de qual opinião fosse?

Resolução da situação-problema

Segundo a teoria da espiral do silêncio, a tendência é que a maioria siga a opinião pública, mesmo não concordando com ela. Alguns ainda tendem a se calar! Porém, é preciso levar em conta “que quem cala, consente”.

Aqui, cabe um momento de reflexão e discussão em sala. Procure observar e levantar por meio de mais pesquisas nos acervos digitais da imprensa como essa história se consolidou e como a mídia se comportou.

Faça valer a pena

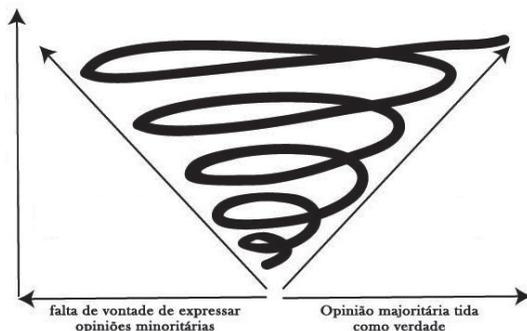
1. Na década de 1960 começaram alguns estudos que se basearam nas pesquisas sobre efeitos dos meios de comunicação de massa na população. Esses estudos procuram explicar de que maneira há influência da opinião pública nas opiniões de cada indivíduo. Eles foram construídos por uma socióloga e cientista política alemã chamada Elizabeth Noelle-Neuman.

A descrição corresponde a qual das teorias do jornalismo?

- a) Teoria dos definidores primários.
- b) Teoria da ação política.
- c) Teoria da espiral do silêncio.
- d) Teoria do *agenda-setting*.
- e) Teoria do *newsmaking*.

2. [...] aquilo que não é constantemente propagado entra em um ciclo de desaparecimento, resultando na absoluta predominância daquilo que é propagado. Ou seja, não se menciona aquilo que não há interesse que os outros saibam [...] (LUCAS, 2011, p. 184).

Observe a figura a seguir, que representa a teoria da espiral do silêncio.



A figura relaciona quais aspectos da teoria da espiral do silêncio?

- Lugar e acessibilidade.
- Tempo e oscilação da opinião pública.
- Temporalidade e espaço.
- Opinião pública e percepção coletiva.
- Verdade e mentira.

3. Se ocorre uma enchente em um município, quem os jornalistas irão procurar? Muito provavelmente o prefeito e a defesa civil da cidade, certo? Essas pessoas darão o "tom" das informações que serão geradas a respeito do fato. Se o prefeito for um sensacionalista por natureza, com certeza ele pintará o quadro com informações mais emotivas, que choquem mais a opinião pública. Já se for uma pessoa mais centrada, que tende primeiro a avaliar para depois a divulgar, que não quer aumentar a proporção das coisas, o quadro terá tons mais suaves.

O exemplo ilustra qual das teorias do jornalismo?

- Teoria dos definidores primários.
- Teoria da ação política.
- Teoria da espiral do silêncio.
- Teoria do *agenda-setting*.
- Teoria do *newsmaking*.

Seção 3.2

Teoria organizacional

Diálogo aberto

Olá, aluno. Bem-vindo a mais uma etapa de nossa caminhada pelas teorias do jornalismo!

Animado para mais um desafio? Cansado? Calma! Isso é só um treino "leve". A rotina das redações é bem mais intensa do que nosso processo de construção do conhecimento!

Já passamos da metade do conteúdo. Você consegue se sentir mais embasado em suas análises? Tem assistido, lido ou ouvido o noticiário prestando atenção aos detalhes da construção das notícias? É possível perceber que há diferenças e semelhanças na pauta de noticiários de diferentes veículos? Isso é muito importante para sua formação como profissional! Fique atento e vá treinando sua atenção para que possa, em breve, começar a atuar nesse mercado tão fascinante que é o jornalismo.

João, personagem da nossa situação-problema desta seção, está vivendo um dilema. Ele percebe que a revista onde está estagiando tem sido tendenciosa ao apoiar de maneira pouco ética um determinado candidato à Câmara de Vereadores da capital do estado. E agora, o que ele deve fazer? Como lidar com a pressão que está sofrendo dentro da redação e nas ruas, por parte do público que lê seus textos? A teoria organizacional o ajudará, levando-o a refletir sobre aspectos da linha editorial de cada empresa e da importância disso no mercado de trabalho.

Pronto para começar? Pegue seu material e vamos aos estudos!

Não pode faltar

Esta seção de nosso livro didático vai apresentar a você a relação existente entre o jornalismo e a vida empresarial. Trata-se da teoria organizacional, que surgiu entre os teóricos de administração e de psicologia.

Então, para que possamos compreender esse pensamento, é necessário buscarmos alguns conceitos da administração, para que contextualizemos a teoria. O primeiro deles é o conceito de cultura organizacional.



Refleta

Que tal parar aqui um momento?

Tente chegar a uma definição de cultura organizacional.

Parta do entendimento de vocês sobre o que é cultura. A partir disso, procure chegar a um consenso sobre o que seria cultura organizacional.

Quando pensamos em cultura, estamos buscando compreender parte daquilo que somos. Por meio dela, regulamos nossa convivência e a forma como nos comunicamos na sociedade. A ciência que vai se dedicar a estudar a cultura é a sociologia. São os sociólogos que buscam entender aquilo que aprendemos e como construímos o convívio social. Por exemplo, a linguagem e o modo de se vestir no cotidiano e em ocasiões específicas (casamento, sepultamento etc.) fazem com que a comunicação e a convivência ocorram de forma mais harmoniosa, criando-se, assim, uma cultura.

Já a cultura organizacional segue o sentido mais antropológico da cultura, buscando compreender o lado humano das organizações. Isso significa procurar compreender as práticas, os símbolos, os valores, os comportamentos esperados, os hábitos dentro da empresa, suas políticas, suas crenças e seus princípios de forma global e sinérgica.

É a cultura organizacional que vai orientar os funcionários e membros de determinada organização sobre o que se espera deles. É como uma diretriz, um preceito que deve encaminhar comportamentos e atividades dentro da empresa. Ela é vista dentro do ambiente corporativo como uma série de normas e atitudes comuns aos integrantes daquele grupo, orientando as pessoas, inclusive, sobre como interagir com colegas, clientes e parceiros do negócio (*stakeholders*).

Para o jornalismo, a teoria organizacional surgiu por meio do sociólogo norte-americano Warren Breed, que publicou seus estudos em um artigo intitulado A teoria organizacional, em 1955, na Revista Social Forces.

Depois disso, vários outros autores foram buscar suas referências e desenvolveram importantes trabalhos sobre o tema. Entre eles, está Nelson Traquina, que defende o pensamento de que empresas jornalísticas são, antes de tudo, empresas. Por esse motivo, visam ao lucro. Para ele, o fator econômico tem um peso bastante significativo no que diz respeito às decisões editoriais.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com exceção das empresas públicas, enfrentam cedo ou tarde a tirania do balanço final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm das vendas e da receita da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. [...] Os jornalistas enchem o espaço deixado em aberto pela publicidade. (TRAQUINA, 2001, p. 78)

Normalmente, jornalistas recém-formados têm um perfil mais idealista, defensor da verdade máxima como única bandeira do jornalismo. Entretanto, é importante parar para refletir. Cremilda Medina tem um livro intitulado *Notícia: um produto à venda* (1978), no qual ela analisa o jornalismo como um mercado, apontando as notícias como seus produtos. “As notícias são como são porque as empresas e organizações jornalísticas assim as determinam.” (MEDINA, 1978, p. 26, grifo nosso).

E isso o profissional vai aprendendo com o tempo. Traquina (2001) nos mostra a visão de Warren Breed a respeito desse ideal dos “focas”.

O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dito qual é a política editorial. Nem nunca será. Isto pode parecer estranho, mas as entrevistas, uma após outra, vieram-no confirmar.

[...]

Todos, com a exceção dos novos, sabem qual é a política editorial. Quando interrogados, respondem que a aprendem por osmose. Em termos sociológicos, isto significa que se socializam e aprendem as regras como um neófito numa subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo através do qual o novato descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores. Aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades. (BREED, 1955 apud TRAQUINA, 2001, p. 71-72).



Assimile

Quanto mais organizado o processo de produção da notícia, mais lucrativo ele se torna.

Breed (1955) estabelece seis fatores que costumam levar o jornalista ao conformismo com a política editorial dos veículos de comunicação. São eles:

1. **A autoridade institucional e as sanções:** a partir desse fator, o profissional seria punido por não se adequar à política editorial. "O mito diz que o brilhante repórter errante é retirado dos assassinios e colocado na necrologia, a câmara de tortura chinesa da redação." (BREED, 1955 apud TRAQUINA, 2001, p. 72). O autor ainda cita outras punições, como: mudanças e/ou cortes no texto do profissional; a colocação do material produzido em um espaço de menor destaque; a supressão do crédito do repórter que a redigiu.

2. **Os sentimentos de obrigações e de estima para com os superiores:** ocorre por conta de um sentimento de "dívida" com a empresa, com a chefia ou com profissionais mais experientes. O clima de respeito aos jornalistas mais velhos é muito presente nas redações. Eles normalmente servem de exemplo ou referência aos "focas". Segundo Breed (apud TRAQUINA, 2001, p. 73), "tais obrigações e sentimentos pessoais calorosos para com os superiores têm um papel estratégico no seu aliciamento para o conformismo."

3. **As aspirações de mobilidade:** independentemente da área, os profissionais normalmente buscam um lugar de destaque na empresa onde atuam. Com o jornalista não é diferente. Mas para alcançar essa posição é necessário que os profissionais sigam as regras ditadas pela companhia. Alguns profissionais mais teimosos afirmam que a ascensão acontece a partir do número de primeiras páginas que se conquista.

4. **A ausência de grupos de lealdade em conflito:** sindicatos ou as chamadas entidades de classes (como a ABI — Associação Brasileira de Imprensa; a ABRAJI — Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo; a ABERJE — Associação Brasileira de Comunicação Empresarial) não intervêm em assuntos internos das empresas jornalísticas.

5. **O prazer da atividade:** por gostar de sua atividade, o profissional também pode se deixar levar pelas regras da empresa. "O *staffer* tem um estatuto menos formal do que os executivos, mas não é tratado como um trabalhador" (BREED apud TRAQUINA, 2001, p. 73). "Os jornalistas estão próximos das grandes decisões sem terem de as tomarem; tocam no poder sem serem responsáveis pela sua prática." (BREED apud TRAQUINA, 2001, p. 74).

6. **As notícias como valores:** obter notícias é sempre um desafio. Brigamos com o relógio. Então, dirigentes e jornalistas devem se unir por interesses em comum. "Qualquer potencial conflito entre dois grupos, tais como greves de zelo de grupos de trabalho na indústria, seria prontamente dissipado, dado que a notícia é um valor positivo. A solidariedade dentro da sala de redação é, assim, reforçada." (BREED apud TRAQUINA, 2001, p. 74).



Exemplificando

Podemos ilustrar a teoria organizacional com a seguinte ilustração:

Figura 3.2 | Esquematização da teoria organizacional



Fonte: <<http://3.bp.blogspot.com/-21SqjRNkumQ/TffUicXt9FI/AAAAAAAAABkQ/hDYRxtRMPPhA/s1600/teoria+organizacional.jpg>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

O respeito à hierarquia é condição para a "sobrevivência" do profissional na redação. Muitas vezes, o idealismo dos "focas" pode comprometer essa percepção. Porém, ao assumir e defender uma ideia, o profissional está cumprindo também seu papel social.

Porém, como em todo lugar há regras, há também as tentativas de as burlar. Traquina (2001) apresenta cinco contrapontos às regras e/ou política editorial de um veículo, debatidos e escritos por Breed em 1955 (BREED, 1955 apud TRAQUINA, 2001).

1. A falta de clareza e de estruturação das normas da política editorial.
2. A impossibilidade de acompanhamento total de fatos específicos por parte dos diretores facilita ao jornalista utilizar de seus conhecimentos na subversão da política editorial. As decisões sobre a seleção, quem entrevistar, qual pergunta fazer, quais serão os destaques estão, muitas vezes, nas mãos do repórter, por sua proximidade física com os acontecimentos.
3. Além da exploração da ignorância dos executivos a fatos menores, o repórter pode forjar uma prova ou publicar sua boa estria num veículo concorrente, por meio de um jornalista amigo, para pressionar seu editor sobre a importância de sua matéria.
4. O maior conhecimento do jornalista em relação aos seus superiores hierárquicos em determinado assunto pode dar a ele maior autonomia. Ele ganharia a função momentânea de editor, podendo selecionar quais pontos avançaria e quais desprezaria, evitando argumentos que fortaleceriam a política editorial.
5. O *status* de estrela de alguns jornalistas que com maior facilidade conseguem driblar a política editorial.



Pesquise mais

Que tal aprofundar um pouco mais seus estudos nessa teoria? Acesse o artigo de Alfredo Vizeu, intitulado O jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do Discurso (AD) e conheça mais uma visão a respeito dos estudos de Breed.

Fonte: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.html>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Sem medo de errar

João está vivendo um dilema. Ele percebe que a revista onde está estagiando tem sido tendenciosa ao apoiar, de maneira pouco ética, um determinado candidato à Câmara de Vereadores da capital do estado. E agora, o que ele deve fazer? Como lidar com a pressão que está sofrendo dentro da redação e nas ruas, por parte do público que lê seus textos?

Para resolver o dilema, João pode apelar para os conhecimentos da teoria organizacional. Conforme já dissemos, Breed (1955) estabelece seis fatores que costumam levar o jornalista ao conformismo com a política editorial dos veículos de comunicação. Além disso, Traquina (2001) apresenta cinco contrapontos às regras e/ou política editorial de um veículo debatidos e escritos por Breed (1955). Retome o texto do item "Não pode faltar" desta seção e ajude João a identificar esses pontos, mais especificamente com relação aos mecanismos apresentados sobre o contraponto às regras e/ou política editorial de um veículo.

João deve contar com **a impossibilidade de acompanhamento total por parte dos diretores em fatos específicos**. Escolher quem entrevistar, que pergunta fazer, quais destaques ele dará ao tema, ou seja, utilizar de seus conhecimentos na subversão da política editorial facilitará seu trabalho. Por estar próximo fisicamente aos "definidores primários", o jornalista é capaz de selecionar e encaminhar a matéria de uma forma a não ser caracterizada com tanta tendenciosidade. E o detalhe é que ele não estará fazendo nada errado, nem descumprindo uma ordem superior. Concorde?

Avançando na prática

Um acidente que encerra um sonho

Descrição da situação-problema

Muitos aspectos de uma tragédia são "cobertos" pela imprensa. Porém, há casos em que a imprensa "faz parte" da tragédia, como foi o caso do acidente

com a equipe de jogadores de futebol da Chapecoense. Sob a ótica da teoria organizacional, como você analisa o corporativismo/comoção que assola profissionais e público?

Figura 3.3 | Anúncio de tragédia: imprensa fazendo parte da tragédia



Além de time da Chapecoense, avião levava 21 profissionais de imprensa

Aeronave que levava o time à Colômbia caiu em uma região montanhosa. Segundo autoridades, mais de 70 morreram e 6 sobreviveram.

Além da delegação da Chapecoense, o avião que sofreu acidente na Colômbia levava 21 profissionais de imprensa, que participariam da cobertura do primeiro jogo da final da Copa Sul-Americana em Medellín.

A aeronave caiu em uma região montanhosa, deixando mais de 70 mortos e seis sobreviventes, informaram as autoridades colombianas nesta terça-feira (29). Entre os resgatados com vida está o jornalista Rafael Henzel, da rádio Oeste Capital, da Chapecó.

Henzel foi levado ao Hospital de La Ceja. De acordo com o Bom dia Brasil, ele teve lesões vertebrais, mas sua condição é estável. Ele passou por uma cirurgia devido a um trauma severo e está na UTI.

Fonte: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/11/alem-de-time-chapecoense-aviao-levava-23-profissionais-de-imprensa.html>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

Resolução da situação-problema

A teoria organizacional também aborda o "corporativismo" existente entre colegas: os sentimentos de obrigações e de estima para com os superiores; o prazer da atividade e as notícias enquanto valores.

Com base em tudo isso, notícias como esta são sempre bastante difíceis de serem redigidas, divulgadas e até mesmo lidas por colegas de trabalho.

Mas, como toda e qualquer informação, é fundamental que haja a maior isenção possível por parte do repórter, mesmo quando ele noticia a morte de um colega que, muitas vezes, é mais do que um colega de profissão ou de redação, é amigo da vida!

Faça valer a pena

1. Quando pensamos em _____, estamos buscando compreender parte daquilo que somos. Por meio dela, regulamos nossa convivência e a forma como nos comunicamos na sociedade. A ciência que vai se dedicar a estudar a cultura é a sociologia. São os sociólogos que buscam entender aquilo que aprendemos e como construímos o convívio social. Por exemplo, a linguagem e o modo de se vestir no cotidiano e em ocasiões específicas (casamento, sepultamento etc.) fazem com que a comunicação e a convivência ocorram de forma mais harmoniosa.

O texto refere-se a um determinado conceito, e pode ser completado da seguinte forma:

- a) Compromisso.
- b) Cultura.
- c) Folclore.
- d) Educação.
- e) Sociedade.

2. Procurar compreender as práticas, os símbolos, os valores, os comportamentos esperados, os hábitos dentro da empresa, suas políticas, suas crenças e seus princípios de forma global e sinérgica: tudo isso segue o sentido mais antropológico da cultura, que busca compreender o lado humano das organizações.

A definição dada refere-se a:

- a) Cultura.
- b) Sociedade.
- c) Empresa.
- d) Cultura organizacional.
- e) Clima organizacional.

3.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas, com exceção das empresas públicas, enfrentam mais tarde ou mais cedo a tirania do balanço final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. As receitas provêm das vendas e da receita da publicidade. O espaço ocupado pela publicidade intervém diretamente na produção do produto jornalístico. [...] Os jornalistas enchem o espaço deixado em aberto pela publicidade. (TRAQUINA, 2001, p. 78)

Esta percepção e análise do jornalismo como negócio é o objeto de estudos de qual teoria do jornalismo?

- a) Teoria do espelho.
- b) Espiral do silêncio.
- c) *Gatekeeper*.
- d) *Newsmaking*.
- e) Teoria organizacional.

Seção 3.3

Teoria instrumentalista ou da ação política

Diálogo aberto

Olá, aluno! Esta é a última seção desta unidade. Estamos quase terminando!

Já estudamos muita coisa, mas ainda faltam alguns aspectos importantes do jornalismo. Entre eles, está o aspecto – fundamental – da parcialidade, item que vamos abordar nesta seção. Para isso, vamos à nossa situação-problema, que diz respeito às eleições municipais. As teorias que permeiam a construção do jornalismo foram empregadas em três diferentes situações que Mariana, a estagiária personagem da situação-problema desta seção viverá.

Ela está escalada para cobrir as eleições municipais por meio da internet. Por se tratar de um portal de notícias com largo alcance, ela deverá ser capaz de informar pessoas de todo o país a respeito de como estão as eleições nos mais variados municípios. Lembrando que, justamente por se tratar da internet, a agilidade é um fator crucial para o sucesso em seu trabalho. Numa situação de cobertura eleitoral, qual deve ser a postura do jornalista? De direita, de esquerda, de centro? Isso deve transparecer no texto? Como não se posicionar?

É isso que vamos estudar com base nos teóricos que estruturaram a teoria da ação política, ou teoria instrumentalista. Todo jornalista é um indivíduo, e esse fato define que ele nunca é 100% imparcial. Vamos buscar como reconhecer e trabalhar esse fato.

Bons estudos! Sucesso!

Não pode faltar

A teoria instrumentalista ou teoria da ação política parte do paradigma de estudos sobre a parcialidade, cujo o objetivo é analisar se existem ou não distorções nos textos jornalísticos. Esses estudos surgiram a partir dos anos de 1960 e estão pautados em duas versões: de esquerda e de direita. Entre seus principais autores estão Chomsky e Herman.

Esses estudos ganharam força e importância pois ressaltaram as implicações políticas, sociais e econômicas no jornalismo. A maneira como o pensamento da classe dominante influenciava a comunicação foi estudada por diversos autores, em sua maioria, influenciados pela visão marxista, como é o caso do pesquisador italiano Antonio Gramsci.

Independentemente do posicionamento que se tome, de direita ou de esquerda, a teoria defende que as notícias podem ser distorcidas sistematicamente, de modo a servir interesses políticos de determinados grupos sociais. A notícia seria produzida de modo a projetar a visão particular de um grupo a respeito da sociedade e do mundo.



Assimile

Segundo a teoria instrumentalista, na visão de **esquerda**, as notícias são instrumentos de manutenção da ordem capitalista. Segundo os teóricos esquerdistas, as notícias são produzidas com o objetivo de se manter a "ordem capitalista", sustentando um modelo de mundo capitalista. Esse grupo de pesquisadores entende que há manipulação da visão que se apresenta da sociedade, e acusam a mídia de ser parcial, a favor dos interesses de consumo.

Já para a **direita**, as notícias servem para questionar a ordem, o sistema existente. Para os direitistas, as notícias não se prestam a atender o sistema capitalista (que eles entendem como "natural"), mas sim, estão na contramão disso, questionando o capitalismo atual.

Para os teóricos que defendem a visão de esquerda, cinco fatores explicam a submissão dos profissionais de jornalismo (e da imprensa como um todo) com relação ao que interessa ao sistema. São eles:

1. A estrutura de propriedade dos meios: o sistema de concessão das emissoras de rádio e televisão no Brasil, que é feito por meio da política.
2. A necessidade do lucro: já discutimos na seção anterior que o veículo é uma empresa, e que toda empresa visa ao lucro, você se lembra?
3. A dependência de fontes oficiais: muitas vezes, são elas as únicas fontes de informação disponíveis para a apuração de uma matéria.
4. As ações punitivas dos mais poderosos: o medo de retaliação e a obediência à hierarquia, que também já discutimos em seções anteriores.
5. Uma ideologia "anticomunista": característica dominante na comunidade jornalística americana e que acaba servindo de espelho para o jornalismo brasileiro.



Exemplificando

As mães e os órfãos de Chapecó
por Matheus Pichonelli

A América Latina ficou mais órfã nesta semana. Na dor, nos reconhecemos entre iguais.

[...]

Quando soube do acidente com o avião que levava a Chapecoense até a Colômbia, na madrugada de segunda para terça-feira, as primeiras informações diziam que se tratava de um pouso forçado, e não de uma queda. Uma pessoa havia sido resgatada com vida, e madrugada adentro ficamos esperando notícias similares, já avisados de que as condições de acesso, agravadas pelo frio e pela chuva, eram delicadas.

Pelo Twitter corriam notícias de que havia ainda muitos sobreviventes à espera de atendimento na aeronave.

Torçíamos para que não houvesse vítimas fatais.

Pouco depois, as esperanças foram reduzidas por notícias mais exatas. Passamos a esperar apenas que houvesse poucas vítimas fatais.

Em seguida, uma autoridade declarou haver ao menos 25 mortos.

Por exclusão, haveria cerca de 50 sobreviventes.

No fim, eram apenas, e não somente, sete, mas um morreu no hospital – justamente o goleiro Danilo, cuja defesa no lance derradeiro da semifinal, contra o San Lorenzo, levava a equipe inteira para o grande voo de sua história.

Ao longo da semana, assistimos comovidos às homenagens das histórias interrompidas por uma decisão, ao que tudo indica, irresponsável, de quem seguiu viagem com o combustível no limite.

A chamada “pane seca” dá a dimensão do desamparo. Quem está no comando? Quem está preocupado? Quem é capaz de colocar a vida acima de qualquer outro cálculo?

Expressões como sorte, acaso e tragédia mudam de figura quando levamos em conta a responsabilidade humana nas decisões. O mesmo se aplica a desastres como os da barragem em Mariana, em



Minas Gerais. Ou no descuido dos donos da boate que não preservaram as condições mínimas de evacuação e segurança antes do incêndio em Santa Maria, no Rio Grande do Sul (Somente agora, escrevendo este texto, me dei conta de que os palcos das nossas tragédias recentes têm em comum o nome “Maria”).

Volto ao documentário de Joana Mariani, ela também, de alguma forma, “Maria”. A América Latina, esse continente que durante a semana descobrimos ligados num abraço fraterno de dois estádios separados por milhares de quilômetros numa mesma homenagem às vítimas de Medellín, é uma região sem pai, embora a padroeira de todos esses países seja a figura de uma mãe.

A queda do avião em uma cidade marcada, até pouco tempo, por uma guerra fratricida entre polícia e traficantes, deixou cerca de 70 famílias sem pais – uma equipe inteira de futebol masculino, dirigida por homens, relatada pela crônica esportiva notadamente masculina e conduzida por um comandante homem. Muitos já eram pais, outros ainda seriam.

E conferiram às mães, deles e de seus filhos, a missão de transformar o luto em luta, como é comum nessas paragens de abandono e desamparo – e como pudemos notar na fala tão dolorosa quanto lúcida da mãe do goleiro Danilo pouco antes de saber da morte do filho.

Na manchete que definiu o sentimento de um país inteiro, o jornal O Vale noticiou que a tragédia aérea matou 71 pessoas e deixou 206 milhões de feridos. Pelas manifestações mundo afora, podemos supor que o número é muito maior, mas nenhum deles é capaz de mensurar a dor de quem precisará retomar a vida sem os amigos e familiares dali em diante.

A América Latina, às vésperas de uma decisão de futebol, único esporte capaz de reunir num mesmo palco tantos afetos, para o bem ou para o mal, ficou mais órfã a partir desta semana. Na dor nos reconhecemos entre iguais e redobramos a força.

[...] Fonte: <<http://www.cartacapital.com.br/cultura/as-maes-e-os-orfaos-de-chapeco>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Tradicionalmente, as revistas Carta Capital e Caros Amigos têm um perfil mais de esquerda. Já jornais como Folha de São Paulo e Estado de São Paulo têm um posicionamento de direita, o que significa que eles utilizam as notícias para questionar o sistema vigente.

Segundo os teóricos que se dedicam a estudar a versão de direita da teoria instrumentalista, em sua maioria, eles entendem o capitalismo como um sistema natural de convivência social e de economia. Entretanto, afirmam que as notícias não se posicionam a serviço desse sistema, e sim na contramão, porque o questionam.



Exemplificando

'Reconstrução' de Chapecó tem até psicólogos que ajudaram na boate Kiss
por Juliana Gragnani e Eduardo Rodrigues

Na ressaca do acidente que paralisou Chapecó (SC), o município agora se viu em um limbo. Enquanto espera para velar seus mortos, começa a pensar: como vai se recuperar desse trauma?

Semelhante a uma cidade do interior de São Paulo, Chapecó, com 220 mil habitantes, se preparava para celebrar seu centenário no ano que vem quando uma tragédia modificou as prioridades do município: 71 pessoas, entre jogadores da Chapecoense, membros da delegação e jornalistas, foram mortos na queda do avião que os levava ao primeiro jogo da final da Copa Sul-Americana, em Medellín, na Colômbia.

Convidada pela Chapecoense, uma equipe de saúde de cinco pessoas de Santa Maria (RS) chegou à cidade para ajudar no tratamento psicológico dos familiares a partir de uma experiência de perda semelhante.

Em 2013, 242 pessoas morreram na cidade em um incêndio da boate Kiss.

Desde aquele dia, essa equipe segue tratando os sobreviventes, amigos e familiares das vítimas da tragédia gaúcha.

Para a enfermeira Patrícia Bueno, as tragédias têm em comum a idade da população que perdeu a vida em um desastre (jovens) e a grande quantidade de vítimas.

Os dois casos, diz o psiquiatra Gilson Mafacioli, se deram com um elemento que mantinha uma identificação com o local – jovens estudantes na cidade universitária de Santa Maria e jogadores em uma cidade extremamente ligada a um time de futebol.

Em 2013, porém, os familiares das vítimas fizeram a identificação dos corpos rapidamente, visualizando-os no ginásio em que ficaram dispostos. Agora, “vivem uma angústia porque é algo longe, não se viu nada concreto”, diz Patrícia. “Visualizar é algo muito importante para processar a morte”. O velório coletivo acontecerá no sábado (3) em Chapecó.

Para Mafacioli, uma tragédia como esta “passa a fazer parte da história da cidade, não tem como varrer para debaixo do tapete” e, segundo ele, é importante criar espaços de reflexão e memória sobre o que aconteceu. “Mais do que destruir, uma tragédia como essas pode unir a população. Aqui [em Chapecó] é união total”, avalia Patrícia.

Outra equipe que chegou a cidade à cidade foi a da Abrapavaa (Associação Brasileira de Parentes e Amigos de Vítimas de Acidentes Aéreos). “Vejo semelhanças com o acidente da Gol [de 2006]”, diz a presidente da entidade, Sandra Assali. “É desesperador esperar os corpos. Vejo os familiares com o olhar perdido, extremamente angustiados.”

No caso da Gol, o Boeing caiu na Amazônia, e a Aeronáutica levou alguns dias para recolher os corpos e levá-los até seus familiares.

Em Chapecó no estádio municipal, familiares das vítimas ainda passam pelo vestiário, mas em menor quantidade. Nesta quinta (10), as mulheres dos jogadores Danilo e Bruno Rangel e do preparador de goleiros Anderson Martins foram buscar seus pertences. No espaço, há velas acesas e flores dispostas nos armários dos jogadores.

A VOLTA

Já a cidade volta a funcionar: algumas escolas retomaram as aulas e serviços e restaurantes estão abertos, ainda que com mensagens de luto. “Empresários e comerciantes se misturam com a diretoria do clube. Passado esse momento de tristeza, vamos nos dispor a ajudar”, diz Josias Mascarello, da Associação Comercial e Industrial de Chapecó, considerada polo da agroindústria na região. “Como é uma cidade relativamente pequena, afastada da

capital e próxima à fronteira, o futebol supria a ausência de opções de lazer e definia a autoestima e identidade da região”, diz a historiadora e arqueóloga Mirian Carbonera, do Centro de Memória da UniChapecó. “As crianças sonham em crescer e serem jogadores da Chapecoense”.

Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/2016/12/1837713-reconstrucao-de-chapeco-tem-ate-psicologos-que-ajudaram-na-boate-kiss.shtml>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

A teoria instrumentalista também reforça que há a ação pessoal do profissional de jornalismo. Para o profissional da notícia só restam duas opções: ser a favor ou contra algo. A postura profissional deve guiá-lo pelo caminho de dois lados distantes: ser o “cão de guarda” da verdade ou o “protetor dos fracos e oprimidos”, assim, transformado num herói do sistema democrático.

Outro caminho é ser “escravo” das instituições capitalistas, um serviçal dos “senhores”. Essa postura vem sendo relativizada com o passar do tempo, pois tem um aspecto determinista. Sua análise deixa aspectos importantes de fora, que auxiliam a moldar a atividade da imprensa, como o contexto histórico e as ações macrosociológicas (como a relação de “portões” e “porteiros”, que estudamos na teoria do *gatekeeper*, anteriormente).

Apesar do distanciamento temporal que vemos na realização desses estudos, num cenário dos anos de 1960 e 1970, essa abordagem, criada por Avram Noam Chomsky e Edward Herman, trabalhou aspectos da falta de diversidade significativa e uma multiplicidade de agendas nos meios de comunicação, que é bastante frequente nos veículos.



Refleta

Compare a manchetes desses veículos de comunicação. Eles são da mesma data: 6 de dezembro de 2016.

Figura 3.4 | Folha de São Paulo em 6 de dezembro de 2016



Fonte: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/12/1838814-brasileiro-tera-de-contribuir-pelo-menos-25-anos-para-se-aposentar.shtml>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

Figura 3.5 | G1/Jornal Nacional em 6 de dezembro de 2016



Fonte: <<http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2016/12/senado-decide-nao-aceitar-liminar-do-stf-e-mantem-renan-na-presidencia.html>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

Figura 3.6 | UOL em 6 de dezembro de 2016



Fonte: <<http://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2016/12/06/trabalhador-tera-de-contribuir-49-anos-para-receber-100-da-aposentadoria.htm>>. Acesso em: 14 fev. 2017.

O que você percebe a respeito dos dois principais temas dos veículos mencionados? Há alguma semelhança nas pautas? Por que você acredita que isso ocorra?

Podemos concluir que há falta de diversidade significativa e uma baixa multiplicidade de temas na pauta dos veículos de comunicação que permeiam os dias atuais nos megaconglomerados de comunicação. Da mesma forma, há a ação do poder econômico na grade noticiosa existente na mídia.

É fato que a teoria instrumentalista reflete a teoria do espelho, na medida em que ela propõe um estudo referente às distorções que estão contidas no material publicado pelos grandes veículos. Assim, podemos afirmar que a notícia é reflexo ou reprodução da realidade social. Já os esquerdistas dessa teoria defendem que as notícias compõem a publicidade que alimenta economicamente o sistema capitalista. Para eles, o individualismo, a competitividade e os estímulos ao consumo são

contemplados diariamente nas páginas dos veículos de comunicação.

Sobre isso, Traquina (2001) diz que:

Assim, a versão de esquerda da teoria de ação política ignora: 1) Que os donos se encontram raramente com os diretores em muitas empresas jornalísticas; 2) que a maioria dos jornalistas não faz ideia de quem se senta no conselho de administração das instituições para que trabalha; e 3) que os jornalistas têm um grau de autonomia e afirmam frequentemente a sua própria iniciativa na definição do que é notícia, nomeadamente nos trabalhos de reportagem e jornalismo de investigação, e, às vezes, incomodam a elite e põem em causa os interesses do poder instituído. (TRAQUINA, 2001, p. 85)



Pesquise mais

Que tal pesquisar um pouco mais a respeito do tema? Polêmico, não é? Então, acesse o artigo publicado no site Observatório da Imprensa, com o título A necessidade de uma mídia de esquerda, de Ricardo Santos, publicado em 10 de fevereiro de 2015, na edição 837. Depois, reflita sobre se você se "considera" de direita ou de esquerda, e por quê.

Fonte: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed837_a_necessidade_de_uma_midia_de_esquerda/>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Sem medo de errar

Mariana está escalada para cobrir as eleições municipais por meio da internet. Por se tratar de um portal de notícias com largo alcance, ela deverá ser capaz de informar pessoas de todo o país a respeito de como estão as eleições nos mais variados municípios. Lembre-se de que, justamente por se tratar da internet, a agilidade é um fator crucial para o sucesso em seu trabalho. Numa situação de cobertura eleitoral, qual deve ser a postura do jornalista? De direita, de esquerda, de centro? Isso deve transparecer no texto? Como não se posicionar?

Primeiramente, as fontes escolhidas pela jovem Mariana devem, preferencialmente, apresentar o *status quo* sem que haja vínculo com partido ou preferência política alguma. Difícil? Sim, muito. Porém, não impossível.

Ela pode acessar dados quantitativos disponibilizados em tempo real pela Justiça

Eleitoral, além de contatar via telefone cartórios ou zonas eleitorais, que podem passar informações isentas.

Já se a opção for por publicar o posicionamento de partidos ou candidatos, a isenção vai ficar estabelecida a partir do instrumento de coleta de dados (as questões podem ser iguais para todos) e no espaço destinado a cada um. Tudo isso se o trabalho for desenvolvido dentro da redação, sem a presença de repórteres que estejam presentes em zonas eleitorais diferentes, e onde possam coletar dados *in loco*.

Além do mais, é preciso utilizar uma linguagem clara e objetiva, sem floreios.

Porém, não existe uma “receita” de 100% de eficácia. Isso é impossível.

Bom trabalho!

Avançando na prática

Daqui não saio, daqui ninguém me tira!

Descrição da situação-problema

O dia 7 de dezembro de 2016 foi de ampla e acalorada discussão no plenário do Supremo Tribunal Federal. Na véspera, o ministro Marco Aurélio Melo expediu uma liminar que estabelecia o afastamento do presidente do Senado Federal, o senador Renan Calheiros, das funções de direção da casa. Várias foram as matérias publicadas a respeito. Entre elas:

Figura 3.7 | Matéria tempo real



Marco Aurélio Mello diz que assessora de Renan mentiu para que ele não fosse notificado de afastamento de Presidência do Senado

O ministro do STF Marco Aurélio Mello afirmou, durante sessão que julga a permanência ou o afastamento de Renan Calheiros (PMDB-AL) da Presidência do Senado, que o oficial de justiça que deveria entregar a notificação do afastamento de Renan ao senador na segunda-feira foi informado por uma assessora de que ele não estaria em sua residência oficial, apesar de o parlamentar ter sido visto – e fotografado – no local por um fotógrafo pouco tempo antes.

Fonte: <<http://noticias.uol.com.br/ao-vivo/2016/12/07/acompanhe-o-dia-decisivo-de-renan-calheiros-no-stf.htm#marco-aurelio-mello-diz-que-assessora-de-renan-mentiu-para-que-ele-nao-fosse-notificado-de-afastamento-da-presidencia-do-senado-20161207143128>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Figura 3.8 | Matéria do R7



Descumprir ordem judicial é crime ou golpe de Estado, diz ministro do STF

Roberto Barroso se declarou impedido e não participará de julgamento do caso de Renan hoje.

O ministro do STF (Supremo Tribunal Federal), Luís Roberto Barroso, afirmou nesta quarta-feira (7) que “deixar de cumprir uma decisão judicial é crime de desobediência ou golpe de Estado”.

O comentário foi feito em referência ao Senado, que na última terça-feira (6) decidiu aguardar a decisão do plenário do STF antes de cumprir uma medida cautelar expedida na segunda-feira (5) pelo ministro Marco Aurélio Mello, na qual afastou, com efeito imediato, o senador Renan Calheiros da presidência do Congresso Nacional.

Ontem, após esperar por horas no Senado, um oficial de justiça deixou o Congresso sem que Renan assinasse a notificação que o informava da decisão de Marco Aurélio.

Fonte: <<http://noticias.r7.com/brasil/descumprir-ordem-judicial-e-crime-ou-golpe-de-estado-diz-ministro-do-stf-07122016>>. Acesso em: 4 fev. 2017.

Avaliando estes e outros textos referentes aos fatos e que você conheça, qual foi o posicionamento da imprensa e/ou de veículos específicos no que se refere à teoria da ação política?

Resolução da situação-problema

É importante que você perceba que há momentos na história nos quais o embate entre legislativo e judiciário se faz presente.

As matérias jornalísticas publicadas tendem a acompanhar a opinião pública que, neste caso, encontra-se indignada com os casos identificados de corrupção no país e de ações referentes à Operação Lava Jato, da Polícia Federal.

Podemos afirmar que trata-se de uma versão direitista, concorda?

Faça valer a pena

1. A partir dos anos 1960 surgiram estudos a respeito das teorias jornalísticas. Esses estudos estão pautados em duas versões: “textos de esquerda” e “textos de direita”. Essa determinada teoria parte do paradigma de estudos sobre a parcialidade, em que o objetivo é analisar se existem ou não distorções nos textos jornalísticos.

De que teoria do jornalismo estamos falando?

- a) *Gatekeeper*.
- b) *Agenda-setting*.
- c) Organizacional.
- d) Instrumentalista.
- e) *Newsmaking*.

2. A teoria da ação política ganhou força e importância ressaltando _____ no jornalismo. A maneira como o pensamento da classe dominante influenciava a comunicação foi estudada por diversos autores, em sua maioria, influenciados pela visão marxista, como é o caso do pesquisador italiano Antonio Gramsci.

Assinale a alternativa que completa corretamente as lacunas da frase:

- a) as forças políticas, coletivas e individuais
- b) as implicações políticas, sociais e econômicas
- c) as percepções, notificações e idealizações
- d) as formas de governo, estado da arte e economia
- e) as forças econômicas, factuais e tendenciosas

3. A teoria da ação política parte do paradigma de estudos sobre a parcialidade, cujo objetivo é analisar se existem ou não distorções nos textos jornalísticos. Esses estudos surgiram a partir dos anos 1960 e estão pautados em duas versões.

As versões a que se referem os teóricos da ação política são:

- a) Frente e verso.
- b) Alto e baixo.
- c) Fácil e difícil.
- d) Completa e incompleta.
- e) Direita e esquerda.

Referências

BREED, Warren. Social control in the newsroom: a functional analysis. *Social Forces*, Vol. 33, issue 4, p. 326, maio-1955.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10 ed. São Paulo: DP&A, 2002.

HERMAN, Edward S.; CHOMSKY, Noam. **Manufacturing consen**: the political economy of the mass media. New York: Pantheon Books, 1989.

LUCAS, Tais Campelo. **Nazismo d'além mar**: conflitos e esquecimentos (Rio Grande do Sul - BR). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth. **The spiral of silence**: public opinion - our social skin. Chicago: University of Chicago Press, 1984.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. São Paulo: Alfa-Ômega, 1978.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no Século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

VIZEU, Alfredo. **O jornalismo e as "teorias intermediárias": cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do Discurso (AD)**. In: INTERCOM – XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Belo Horizonte, 2 – 6 set., 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeualfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.html>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

SANTOS, Ricardo. **A necessidade de uma mídia de esquerda**. Observatório da Imprensa. Ed. 837, publicado em 10 fev. 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed837_a_necessidade_de_uma_midia_de_esquerda/>. Acesso em: 14 fev. 2017.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 2003.

A notícia como espetáculo

Convite ao estudo

Olá, aluno. Seja bem-vindo à última unidade de nossa disciplina.

Você já se sente cada dia mais preparado para enfrentar as redações? Então, vamos "apimentar" nossas discussões. O que você acha?

Você já ouviu falar de Goebbels? Paul Joseph Goebbels foi um político alemão que atuou como Ministro da Propaganda da Alemanha durante o Nazismo, entre os anos de 1933 e 1945.

Existe uma frase histórica dele que faz a seguinte afirmação: "Mintam, mintam, até que todos acreditem em vocês." Você já parou para pensar nisso? Que frase é essa num livro para futuros jornalistas? Calma. É só uma provocação que coloco para reflexão.

É que a partir de agora, vamos nos dedicar ao entendimento da notícia como espetáculo. Abordaremos os seguintes conceitos: o jornalismo como espetáculo; espetáculo midiático e distorção da informação; e espetacularização: métrica e medição da notícia.

Para isso, contamos com a participação dos jovens estudantes que ilustram nossas situações-problema: João, Pedro e Mariana, que estão em fase final de seus estágios. Por isso, todos deverão finalizar seus trabalhos apresentando um relatório de estágio para a faculdade onde estão matriculados. A professora responsável solicitou que cada um deles faça uma análise da linha editorial dos veículos em que atuaram e de como esses veículos buscam alavancar a audiência por meio de seus conteúdos. Com isso, eles irão compreender conceitos teóricos a fim de aplicá-los ao exercício cotidiano da prática profissional.

Entendeu como Goebbels pode permear nossos estudos? Qual será a linha editorial dos veículos em que os "focas" trabalham? Será que a máxima de Goebbels faz parte de seus cotidianos?

Dedique-se à leitura de livro didático e, ao final, desafio você a responder: isso é fato ou é mito? Vamos lá? Bons estudos.

Seção 4.1

Jornalismo sensacionalista

Diálogo aberto

Para estudarmos a espetacularização da notícia, vamos contar com a ajuda de Pedro. Como ele e seus colegas de sala estão em fase final de seus estágios, todos deverão finalizar seus trabalhos apresentando um relatório para a faculdade onde estão matriculados. A professora responsável solicitou que cada um deles faça uma análise da linha editorial dos veículos em que atuaram e de como esses veículos buscam alavancar a audiência por meio de seus conteúdos.

Para isso, nesta seção, iremos compreender conceitos teóricos sobre configurações do jornalismo sensacionalista: o fato; a notícia; o *show*; o conceito de imprensa marrom; e o tratamento da notícia no *showrnalismo*, a fim de aplicá-los ao exercício cotidiano da prática profissional.

Pedro deverá analisar de que maneira a emissora de TV em que ele atuou trata a notícia. Existe uma espetacularização da miséria humana? O jornalismo foi transformado em *show* de alguma forma, em algum momento? Como? Quando? Por quê?

O jornalista, muitas vezes levado pelo ritmo frenético das redações, não consegue refinar a apuração da notícia. Os veículos de comunicação falham na avaliação dos fatos, na montagem e distribuição de seu espaço. Entretanto, parte dessa deficiência é por causa da formação dos profissionais, nem sempre feita de forma adequada, e também das limitações que fazem parte da natureza do jornalismo diário. São poucas horas para levantar, avaliar, apurar e transformar em notícia uma infinidade de informações. O profissional trabalha sob uma extraordinária pressão. Isso faz com que a margem de erro seja significativa.

Portanto, Pedro deverá parar, pensar, avaliar e medir os fatos antes de realizar seu trabalho. Somente por meio de uma análise isenta, sem melindres ou receios, é que ele será capaz de chegar às conclusões que seu relatório necessita.

Não pode faltar

Quantas vezes já ouviu falas desse tipo? "Ah, esse programa é sensacionalista" ou então "Se torcer, sai sangue desse jornal".

Você concorda? Se pedíssemos que você escrevesse agora num papel o que significa ser sensacionalista, o que você escreveria? Vamos lá, então. Escreva aí. Agora, dobre esse papel ao meio e escreva o nome de um programa que considera sensacionalista e por quê.

Pronto? Guarde com você até daqui a pouco.

Existe uma linha de pesquisa, da qual Eugênio Bucci (2000) faz parte, que afirma que tanto no jornalismo televisivo como no impresso, a base para uma notícia de qualidade é estabelecida pela relação com o culto às falsas imagens. Segundo esses estudos, a mídia constrói sua audiência/tiragem a partir da criação de "mocinhos" e "vilões". Exemplos disso são os vilões: Saddam Hussein, Fidel Castro, Yasser Arafat, Osama bin Laden; e os mocinhos, por sua vez, são: Madre Teresa de Calcutá, Lady Di, Papa João Paulo II, entre outros.

A consequência disso é a criação de uma realidade espetacular, que leva não só ao sensacionalismo, mas a muitos outros "ismos", como o fetichismo, o sexismo etc., além da criação e do culto às falsas imagens.

E quando falamos em falsas imagens, não significa que a pessoa não existe (em carne e osso), mas sim que a "vida" apresentada é mais dramática do que real.

Essa análise pode ser estendida até o momento em que se iniciou o jornalismo. Porém, nas últimas décadas, a prática vem sendo muito mais intensa e presente na mídia. Será que a frase de Goebbels cabe aqui? Que tal um momento de reflexão a respeito da ideia do ministro da propaganda nazista?

E a chancela de "vilão" ou de "mocinho" não é fixa. Ela pode ser alterada ao longo do tempo. Lembra-se de Yasser Arafat?

Arafat foi o líder da Autoridade Palestiniã. Foi também presidente da Organização para a Libertação da Palestina (OLP) e líder do Movimento de Libertação Nacional da Palestina (Fatah), a maior das facções da OLP. Tido como vilão, foi reconstruindo sua imagem à medida em que começaram os acordos de paz com o primeiro-ministro de Israel, Yitzhak Rabin. O grande momento de Arafat, ou seja, quando ele definitivamente passou para o lado dos mocinhos, foi num encontro de setembro de 1993 em Washington, onde foi assinado um acordo de paz, sob a mediação do presidente americano Bill Clinton. Isso lhe rendeu, em 1994, o prêmio Nobel da Paz.

Figura 4.1 | A fotografia de Rabin, à esquerda, e Arafat, à direita, com Clinton ao centro, virou um novo símbolo da paz mundial



Fonte: <<http://acervo.oglobo.globo.com/fotogalerias/as-negociacoes-de-paz-entre-judeus-palestinos-9931148>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Nessa mesma linha de estudos, de Bucci (2000), traça um paralelo com as teorias dos sociólogos Adorno e Horkheimer (apud BUCCI, 2000). A obra desses dois pensadores está baseada no conceito e no entendimento da indústria cultural e de seus males para a sociedade moderna. Esses teóricos também escrevem sobre como o jornalismo é praticado atualmente, levando a sociedade à indústria de consumo.

Bucci (2000) afirma que o jornalista deve trabalhar para satisfazer o público, para cativá-lo. Segundo ele, um texto claro e conciso, juntamente com uma diagramação leve e atraente, não é exigência dos patrões e, sim, do mercado.

Na mídia contemporânea, o que fala com muita força é a lógica do desejo voltada para o consumo. O que hoje prevalece é muito menos o que pretendem os proprietários “dominantes” (embora esse retrato esteja ali) e muito mais a expressão de demandas de consumo. A mídia em geral e o jornalismo em particular são moldados por essas demandas. Muitas vezes, supõe-se que o jornalista é um serviçal da “classe dominante” e que escreve o que o patrão lhe pede. Não é assim que funciona. O jornalista, se for um serviçal, é antes o criador dos desejos de consumo; ele encarna mais os desejos do consumidor que os estratégias do patrão. Nessa perspectiva, o que é notícia? Notícia é aquilo que vende jornal. Aí é que está a cilada. (BUCCI, 2000, p. 142)

”



Assimile

Arbex Jr., jornalista, em seu livro *Showrnalismo: a notícia como espetáculo*, analisa a postura da mídia. Para ele, quando os jornais impressos adotaram textos curtos, parágrafos pequenos, letras em corpos garrafais e fotos coloridas, de até seis colunas, eles passaram a ser uma cópia da televisão. Segundo seus estudos, a imprensa do Século XXI quer fazer com que o leitor esteja mais perto de uma informação superficial, que normalmente é transmitida pela TV. Por meio da televisão, é difícil perceber o que é real e o que é imaginário, já que o telespectador assiste a um *show*.

Por exemplo: as imagens das torres gêmeas do World Trade Center em chamas transmitidas à exaustão e reproduzidas pelos jornais não informam, mas entretêm o público.

Figura 4.2 | WTC - 11 de setembro de 2001



Fonte: <http://www.gazetadopovo.com.br/ra/mega/Pub/GP/p3/2011/05/16/Educacao/Imagens/World_Trade.jpg>. Acesso em: 3 jan. 2017.



Já é amplamente conhecido o fato de que, em todos os países, os líderes políticos e os chefes militares planejem suas ações calculando o tempo certo para serem apresentadas em horário nobre. A televisão adquiriu o poder de definir o que será ou não um acontecimento político, assim como

o âmbito geográfico em que esse acontecimento será conhecido. Claro, esse poder não é absoluto; excepcionalmente, as circunstâncias podem se impor à vontade das grandes corporações da mídia. Mas isso é a exceção, não a regra. O acontecimento político (e, mais amplamente, social e/ou editorial) adquire as características de um grande *show*. Ora, uma das consequências da prática de apresentar o jornalismo como *show*rnalismo é o enfraquecimento ou o total apagamento da fronteira entre o real e o fictício. (ARBEX JR., 2002, p. 32)

E então? Você está gostando da nossa reflexão sobre a força e o papel da mídia na construção de uma notícia ou de um *show*? Que tal, agora, parar um pouco, pegar aquele papel no qual você escreveu o nome de um programa que você acredita ser sensacionalista e refletir um pouco? Será que o entendimento e a avaliação do sensacionalismo presente no jornalismo brasileiro e mundial é igual para todo mundo?



Refleta

Luiz Garcia, em sua obra *O mundo, esse lírio: artigos sobre jornalismo e outras coisas* (2000) discute o papel do jornalista e do jornalismo.

Com poucas horas para selecionar, avaliar e transformar em notícias uma quantidade avassaladora de informações, trabalha-se sempre sob extraordinária pressão, e a margem de erro é considerável. Nisso, o jornalismo se parece com a democracia: só continua existindo porque ninguém inventou nada melhor. Parte dos problemas aqui mencionados, portanto, não existiria se a produção jornalística fosse de melhor qualidade. [...] Dependendo de como resolvem seus dilemas éticos, jornal e jornalista perdem ou ganham prestígio e credibilidade. É tão óbvio que custa a crer que uns e outros ainda sabotem os seus melhores interesses. Acontece quando decisões editoriais são subordinadas a interesses que não são os da comunidade, e quando se procura levar a sociedade, pela manipulação da informação, a agir desta ou daquela maneira. (GARCIA, 2000, p. 144)



O jornalista Clóvis Rossi, que você já conheceu em seções anteriores deste livro, afirma que "[...] A coleta de informações, precisas e bem apuradas, deveria ser o foco principal do jornalismo. [...] Os jornalistas dão preferência à declaração e não à informação" (ROSSI, 1985, p. 49).

Será que esse também não é um motivo para o sensacionalismo e a espetacularização? Dependendo da situação e do contexto, "declaração" pode bem ser substituída por "me disseram" ou "ouvi dizer". Se pararmos para pensar, isso acaba se transformando em "fofoca".



Pesquise mais

Como surgiu a expressão "imprensa marrom"?

Ela foi inspirada na expressão americana *yellow press* ("jornalismo amarelo", em português), que surgiu no final do Século XIX a partir da concorrência entre os jornais *New York World* e *The New York Journal*. Eles haviam entrado em guerra para ter em suas páginas as aventuras de *Yellow Kid*, a primeira tira em quadrinhos da história.

A disputa nos bastidores foi tão pesada que o amarelo do cobiçado personagem acabou virando sinônimo de publicações sem escrúpulos. Em língua portuguesa, a expressão teve sua cor alterada no Brasil em 1959, quando a redação do jornal carioca *Diário da Noite* recebeu a informação de que uma revista chamada *Escândalo* extorquia dinheiro de pessoas fotografadas em situações comprometedoras.

O jornalista Alberto Dines, hoje editor do programa de TV *Observatório da Imprensa*, preparava, para a manchete do dia seguinte, algo como "Imprensa amarela leva cineasta ao suicídio". O chefe de reportagem do *Diário*, Calazans Fernandes, achou o amarelo uma cor amena demais para o caráter trágico da notícia e sugeriu trocá-la por marrom. "Assim, a expressão 'imprensa marrom' originou-se numa denúncia contra a própria imprensa marrom", afirma Dines. Além de criar o novo termo, a manchete do *Diário da Noite* contribuiu para o fim da criminosa revista *Escândalo*, fechada logo em seguida.

Fonte: <<http://mundoestranho.abril.com.br/cultura/como-surgiu-a-expressao-imprensa-marrom>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Situações em que há comoção ou crime fazem com que importantes decisões precisem ser tomadas, muitas vezes num período muito curto de tempo: a queda de um avião que matou um time inteiro de futebol, o *impeachment* de uma presidenta, a morte de um líder político ou figura pública, como um candidato à presidência da

república, um atentado terrorista. E foi por causa do “11 de setembro” que Ricardo Boechat fez a seguinte avaliação (na época, ele era editor chefe do Jornal do Brasil, e foi o responsável por determinar a impressão de uma edição especial sobre o fato):

A edição extra não teve o intuito de elucidar detalhes do acontecimento, e sim mostrar o fato de que os EUA estavam sendo alvo do maior ataque terrorista da história. Os atentados estarão presentes por muitos anos na memória da opinião pública mundial e representaram o advento de uma nova realidade planetária, impensável até a véspera. O lançamento da edição extraordinária refletiu o caráter igualmente extraordinário daquele acontecimento. Não tenho a menor dúvida de que o Jornal do Brasil fez a escolha jornalística correta. E a reação dos leitores mais que endossou essa verdade. (BARBOZA, 2005, p. 83)



Observe as manchetes das edições de algumas publicações do dia 12 de setembro de 2001:

Quadro 4.1 | Manchetes nas capas de jornais do dia seguinte, traduzidas para o português

Jornal	Manchete
NEW YORK TIMES (Estados Unidos)	EUA atacados – Aviões sequestrados destroem as Torres Gêmeas e atingem o Pentágono em dia de terror
MIAMI HERALD (Estados Unidos)	‘Atos terríveis’ – Bush promete vingança pelos ataques
LOS ANGELES TIMES (Estados Unidos)	Terroristas atacam Nova York e o Pentágono – Milhares de mortos e feridos com o impacto dos aviões sequestrados; World Trade Center é destruído
O ESTADO DE S. PAULO (Brasil)	Terrorismo declara guerra aos EUA
JORNAL DA TARDE (Brasil)	TERROR – Os Estados Unidos sofreram ontem de manhã o pior atentado terrorista da história. Em Nova York, as torres gêmeas do World Trade Center foram atingidas e destruídas por dois Boeings sequestrados. Outro avião explodiu no Pentágono, QG da defesa americana em Washington. Um quarto Boeing caiu em Pittsburgh. A terça-feira de caos na nação mais poderosa do mundo e os desdobramentos da tragédia no caderno especial de 20 páginas.
THE DAILY TELEGRAPH (Grã-Bretanha)	Guerra contra a América
BOSTON GLOBE (Estados Unidos)	Um novo dia de infâmia – Milhares podem estar mortos depois de choque de aviões nas torres e no Pentágono
USA TODAY (Estados Unidos)	‘Ato de guerra’ – Terroristas atacam; número de mortes ‘horrendo’

THE TIMES (Grã-Bretanha)	11 de setembro de 2001, 10h02
O GLOBO (Brasil)	Terror suicida para o mundo; Bush fala em milhares de mortos. Atentados derrubam World Trade Center, em NY, e incendeiam o Pentágono, em Washington

Fonte: <<http://internacional.estadao.com.br/blogs/radar-global/11-de-setembro-dez-anos-as-capas-do-dia-seguinte/>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Sensacionalismo ou senso de oportunidade? Na verdade, depende do conteúdo trabalhado. Concorda?



Refleta



A desinformação não se deve apenas a maus profissionais, mas também a atitudes empresariais que revelam falta de compromisso com o direito à informação, que se articulam para excluir o cidadão das decisões que em seu nome são tomadas. O único interessado na discussão ética é o cidadão — não os proprietários dos órgãos de imprensa, não os jornalistas, não os governantes (que também são cidadãos mas se encontram investidos de condições que os diferenciam dos demais); o único interessado é o cidadão como outro qualquer, aquela pessoa comum que consome as notícias e que, no fim, é o beneficiário final do jornalismo de qualidade — ou a vítima do jornalismo vil. (BUCCI, 2000, p. 36)



Exemplificando

Você sabe quem foi Vladimir Herzog? Sabe como e por que ele morreu? No vídeo indicado é possível observar que um tema polêmico, cheio de aspectos que poderiam tender ao sensacionalismo, pode ser pautado de forma clara, objetiva e lógica. Existem muitos desses fatos históricos que poderiam render uma matéria bem mais dramática e apelativa. Mas não é essa a linha editorial proposta pela emissora. O vídeo é de uma matéria produzida pela TV Cultura a respeito da mudança no atestado de óbito de Herzog. Disponível em: <<https://youtu.be/sp02sUBTNsQ>>. Acesso em: 24 fev. 2017.



Pesquise mais

Que tal se aprofundar no tema? José Arbex Jr. trabalhou por vários anos na Folha de S. Paulo, onde foi editor do caderno Mundo. É doutor em história

social pela Universidade de São Paulo (USP) e professor de jornalismo da PUC-SP. Atualmente, é editor da revista Caros Amigos, tradicional revista da esquerda politizada.

Seu livro *Showrnalismo: a notícia como espetáculo* é fruto de sua tese de doutoramento e tem tudo a ver com o que discutimos aqui. Veja a sinopse a seguir. Vale muito a pena conhecer o livro.

“Fatos’ e ‘notícias’ não existem por si só, como entidades ‘naturais’. Ao contrário, são assim designados por alguém (por exemplo, por um editor), por motivos (culturais, sociais, econômicos, políticos) que nem sempre são óbvios. Mas essa operação fica oculta sob o manto mistificador da suposta ‘objetividade jornalística’.” Claro que um mundo onde as pautas não sofrem influência de poderes políticos e econômicos é um mundo de sonho, uma utopia quase impossível, mas o grande trunfo de Arbex é mostrar que poderia ser - pelo menos - um pouco melhor. Aproveitando duas décadas de acontecimentos jornalísticos de peso - a queda do Muro de Berlim, o *impeachment* de Collor, a Guerra do Golfo, o Plano Real, a era FHC, a guerra na Bósnia - Arbex ilustra as abordagens da mídia e como esses pontos de vista podem manipular a opinião pública, sem que quase ninguém se dê conta. Um exemplo do qual nunca me esqueci é o rótulo de terrorista imposto aos muçulmanos, aos palestinos e aos sérvios. Quando a mídia noticiava o Oriente Médio ou os Bálcãs, se referia a determinadas etnias como "terroristas", "ex-soviéticos" ou "fundamentalistas". Arbex ilustra estes argumentos com trechos de reportagens e exemplos publicados na Folha, mostrando como o *show* da mídia constrói uma imagem deformada da realidade e cria uma memória coletiva totalmente manipulada e editada. (LEIA LIVRO, 2017, [s.p.]

Fonte: <<http://www.leialivro.com.br/livros/showrnalismo-livro-de-jose-arbex-jr/#axzz4Uik5NcDp>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Sem medo de errar

Desde o início de nossa disciplina, Pedro tem estagiado em uma emissora de TV. Lá ele desenvolveu matérias sobre: as obras feitas no Rio de Janeiro para sediar as

Olimpíadas; a votação de aspectos do *impeachment* da presidenta da república, que ocorreu na calada da noite; e as obras em uma avenida que afetaram a vida de uma cidade durante o período pré-eleitoral municipal.

Você também construiu todas essas reportagens, certo? Então, retorne às suas atividades e analise cada uma. Qual rumo você tomou em cada uma delas? Que linha editorial seguiu?

Por exemplo, com relação às obras do Rio de Janeiro para as Olimpíadas, foram valorizadas as imagens bonitas? Foi mostrado o lado belo da cidade com o objetivo de alavancar o turismo?

E com relação ao *impeachment* da presidenta, na questão da votação da madrugada, foi ressaltada a dedicação dos congressistas em trabalhar até altas horas para agilizar o processo ou a reportagem pendeu para o oportunismo, tendo em vista um momento em que a opinião pública estava com outro foco e houve a oportunidade para uma votação mais discreta?

Por fim, como você trabalhou com a questão da obra da avenida na cidade? Você abordou o tema ressaltando o empenho do poder público em garantir uma importante obra ainda durante o mandato ou apresentou o fato como uma obra eleitoreira? Ou ainda, mostrou a insatisfação da população com o projeto, considerado ruim?

Com todos esses dados, você deve construir o seu relatório de estágio. Inclua nele:

- Sua identificação como aluno.
- Apresentação do veículo onde o estágio ocorre.
- Discussão sobre cada matéria produzida, incluindo: descrição, análise e justificativa.
- Considerações finais: indique sua avaliação sobre a postura do veículo.

Bons estudos e boa sorte.

Avançando na prática

Que susto!

Descrição da situação-problema

Nos últimos dias de 2016, o mundo do cinema perdeu a atriz que ficou marcada pelo papel de uma princesa guerreira. A morte de Carrie Fisher foi amplamente noticiada por canais de todo o planeta.

A Globonews também noticiou o fato, como você pode acompanhar no link

indicado. Disponível em: < https://www.youtube.com/watch?v=SR-cSPO_D_8 >. (acesso em: 4 jan. 2017).

Como trabalhar com uma situação dessas? Por se tratar de um programa ao vivo, como o âncora pode lidar com um comentário como esse?

O comentário é escrito pelo articulista, e o âncora não teve acesso à "ideia".

Resolução da situação-problema

Ao assistir ao vídeo, você poderá ver que essa "brincadeira" do jornalista Jorge Pontual colocou outros três colegas em uma situação delicada. Por se tratar de um programa no qual a linha editorial é mais leve, não houve uma agressão à proposta. Entretanto, Pontual contou com um conhecimento da personalidade da atriz que muitos espectadores não tinham. O aspecto é debochado e de contestação ao clima fúnebre.

É preciso muito cuidado. Linha editorial deve ser respeitada, e os colegas, avisados.

O resultado disso é que o vídeo "viralizou" na internet.

Faça valer a pena

1. Em uma linha de pesquisa, da qual Eugênio Bucci faz parte, afirma-se que tanto no jornalismo televisivo como no impresso, a base para uma notícia de qualidade é estabelecida pela relação ao culto às falsas imagens. Segundo esses estudos, a mídia constrói sua audiência/tiragem a partir da criação de "mocinhos" e "vilões".

São exemplos de "vilão" e "mocinho", respectivamente, segundo essa linha de pesquisa:

- a) Papa João Paulo II e Shimon Perez.
- b) Yasser Arafat e Osama bin Laden.
- c) Madre Tereza de Calcutá e Bill Clinton.
- d) Osama bin Laden e Princesa Diana.
- e) Bill Clinton e Papa Francisco.

2.



Na mídia contemporânea, o que fala com muita força é a lógica do desejo voltada para o consumo. O que hoje prevalece é muito menos o que pretendem os proprietários 'dominantes' (embora esse retrato esteja ali) e muito mais a expressão de demandas de consumo. A mídia em geral e o jornalismo em particular são moldados por essas demandas. Muitas vezes, supõe-se que o jornalista é um serviçal da 'classe dominante' e que escreve o que o patrão lhe pede. Não é assim que funciona. O jornalista, se for um serviçal, é antes o criador dos desejos de consumo; ele encarna mais os desejos do consumidor que os estratégias do patrão. Nessa perspectiva, o que é notícia? Notícia é aquilo que vende jornal. Aí é que está a cilada. (BUCCI, 2000, p. 142)

Bucci (2000) afirma que o jornalista deve trabalhar para satisfazer o público, cativá-lo. Segundo ele, o que faz isso?

- Uma boa apuração e fotografias bem tiradas.
- Um texto claro e conciso e uma diagramação leve e atraente são exigências do mercado.
- Uma boa impressão e um jornal pequeno, leve e de tamanho adequado ao manuseio.
- Um texto prolixo, que apresente dados contundentes e uma corrente de pensamento lógica.
- Uma boa divulgação e a credibilidade do profissional.

3.



"A desinformação não se deve apenas a maus profissionais, mas também a atitudes empresariais que revelam falta de compromisso com o direito à informação, que se articulam para excluir o cidadão das decisões que em seu nome são tomadas." (BUCCI, 2000, p. 36).

Segundo essa linha de pensamento, quem são os maiores interessados na discussão da ética no jornalismo?

- Os veículos.
- Os mercados.
- Os sindicatos.
- Os jornalistas.
- Os cidadãos.

Seção 4.2

Espetáculo midiático e distorção da informação

Diálogo aberto

Nossos jovens estudantes estão em fase final de seus estágios. Por isso, terão que finalizar suas atividades apresentando um relatório de estágio para a faculdade onde estão matriculados. A professora responsável solicitou que cada um deles fizesse uma análise da linha editorial dos veículos em que atuaram e de como esses veículos buscam alavancar a audiência por meio de seus conteúdos.

Pedro foi orientado para analisar qual é a maneira com a qual a emissora de TV onde ele atuou trata a notícia. Ele ficou responsável por verificar se existe uma espetacularização da miséria humana, ou seja, se o jornalismo foi transformado em *show*, de alguma forma, ou em algum momento.

Agora é a vez de Mariana. Ela também precisa encerrar seu estágio e, para isso, deverá analisar como o portal de notícias no qual está estagiando trabalha com a realidade. Há manipulação dos fatos? As notícias são neutras? (Se sim, por que razões? Se não, como isso ocorre?) A escolha das pautas é baseada em quê? Outro aspecto que ela deverá levar em conta é a abordagem da confiabilidade das fontes no meio on-line.

Para ajudar Mariana, abordaremos, nesta seção, o espetáculo midiático e a distorção da informação. Dentro deste tema, estudaremos o *show* da notícia; a apropriação dos gêneros jornalísticos; a técnica da manipulação da realidade; e a discussão da ética no jornalismo sensacionalista. Com isso, desejamos que você tenha, como resultado de aprendizagem, a compreensão e assimilação do processo de distorção da notícia.

Feito isso, Mariana dará mais um passo no aprofundamento de seus estudos, e estará apta a encarar novos desafios na carreira.

Para compor seu relatório, ela deverá utilizar a mesma estrutura que Pedro usou na seção anterior.

Bom trabalho e sucesso.

Não pode faltar

Você já parou para pensar sobre o que motiva a mídia a espetacularizar as coisas? A transformar uma notícia em um *show* (ou circo, para alguns analistas mais radicais)?

Há algumas décadas, as chamadas indústrias culturais têm possibilitado que os espetáculos (o *show*rnalismo, o sensacionalismo e todos os "ismos" existentes) se multipliquem por meio de novos espaços de mídia. Isso vem ocorrendo porque a economia tem usado a tecnologia e a internet como ferramentas promocionais e de reprodução, que servem de canal de circulação e venda para produtos e serviços, que se aproveitam da tecnologia avançada para conquistar o consumidor.



Os mestres da informação, na era da informática, chamam de comunicação monólogo do poder. A universal liberdade de expressão consiste em fazer com que a periferia do mundo obedeça às ordens emitidas pelo centro, sem ter o direito de recusar os valores que este impõe. A clientela das indústrias culturais é sem fronteiras; é um supermercado de dimensão mundial onde o controle social se exerce em escala planetária. (GALEANO, 2006, p. 154)

Partindo da visão do autor, temos uma perspectiva de que países em desenvolvimento estão entrando em "sintonia" com a visão de países desenvolvidos, construindo uma nova percepção de "cultura do espetáculo", originária do modelo econômico, social, político e de vida cotidiana desses lugares. Isso traz novas maneiras de as pessoas expressarem-se culturalmente, altera relações sociais e experiências de consumo.

Tudo isso ocorre por conta de produções – distribuídas "de lá para cá" – mais interativas: multimídias que se espalham e penetram na sociedade à medida que a tecnologia sem fio se desenvolve. Isso ocorre porque é por meio dessa tecnologia que a comunicação e a democratização de acesso a fatos e ideias acontecem.



Refleta

Ao reduzirem as distâncias físicas, possibilita-se o intercâmbio de informação e influências. Podemos afirmar que isso equivale à redução de distâncias sociais e ao acesso democrático ao conhecimento.

A forma de fazer política está mudando. Segundo a teoria social crítica, há uma certa urgência em mapear teoricamente e analisar essas novas formas emergentes de cultura e de sociedade tecnológica. Daqui a um certo tempo, poderemos avaliar como isso ocorre. Essa nova sociedade

pode vir a ter novas formas de domínio e opressão. É fundamental avaliar a potencialidade dessa sociedade para a sua democratização e seu valor sociocultural.

Toda essa transformação compreende uma ruptura na tradição cultural. Por meio dela, os meios midiáticos passam a configurar-se como uma poderosa ferramenta, criam valores, saberes e opinião. Essa experiência e o contato com essa nova tecnologia midiática mudam a forma de se interpretar o mundo contemporâneo. São essas inovações que transformam todo um contexto social.

É fato que o espetáculo proporcionado pela mídia deixa a sociedade refém dessa inteiração. Sua propagação está focada no consumismo como entretenimento da indústria cultural na era da informação tecnológica.

Uma vez que entendemos que a mídia é pautada pelo consumo e pela tecnologia, precisamos entender como o jornalismo se organiza para que isso ocorra. Observe:

Ter-se adaptado à escrita é diferente de ter aprendido a ler e escrever. Aprender a ler e escrever significa adquirir uma tecnologia, a de codificar e decodificar a língua escrita. O indivíduo letrado não só é aquele que sabe ler e escrever, mas aquele que usa socialmente a leitura e a escrita, pratica a leitura e a escrita, responde adequadamente às demandas sociais de leitura e de escrita. (SOARES, 1998, p. 40)



A ferramenta de trabalho do jornalista é a palavra. Saber escrever é condição para atuar na área. Porém, não estamos falando de qualquer escrita. Há formatos, conhecidos como gêneros, que precisam ser dominados pelo profissional para que ele possa cumprir o papel social do jornalismo e tenha consciência dos reflexos que uma matéria pode causar. Vamos começar entendendo o que é isso.

Gênero é uma palavra com um significado que abrange desde espécies biológicas até os objetos comunicacionais. Para Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (1999), existem três significados possíveis: estrutura, forma e conteúdo.

Como estrutura, gênero tem contexto biológico, corresponde ao conjunto de espécies que apresentam certo número de caracteres comuns, ou seja, "qualquer agrupamento de indivíduos, objetos, fatos, ideias que tenham caracteres comuns". (FERREIRA, 1999, p. 980).

Como forma, a relação é estética, compreendendo "maneira, modo, estilo". (FERREIRA, 1999, p. 980).

Já como conteúdo, de natureza tecnológica, refere-se à classe ou à categoria de assunto abordado ou de técnica utilizada (FERREIRA, 1999, p. 980). É nesse cenário que iremos tratar o gênero enquanto conteúdo.

Mikhail Bakhtin (1986) é a primeira referência citada por importantes estudiosos desse objeto comunicacional. Para ele, gêneros são tipos relativamente estáveis de expressões linguísticas desenvolvidas em situações comunicacionais específicas, que se refletem na forma, no conteúdo e na estrutura.



Assimile

No conjunto de propósitos comunicativos realizados por um gênero, haverá propósitos específicos ou “intenções particulares” de certos atores sociais, sejam eles os produtores do gênero ou os controladores de sua produção e circulação, como no caso dos gêneros da mídia, por exemplo, ao lado dos propósitos “socialmente reconhecidos” (BHATIA, 1993, 1997, tradução nossa).

BHATIA, Vijay Kumar. Applied genre analysis: analytical advances and pedagogical procedures. In: JOHNS, Ann M (Ed.). **Genre in the classroom: multiple perspectives**. Mahwah: LEA, 2001. p. 279-283.

O papel de disseminar informação, a rigor desempenhado diariamente, está visivelmente disposto para suprir a “necessidade social” em que se constitui o jornalismo (BELTRÃO, 2006).

Os grandes veículos de comunicação brasileiros adotam o sistema de organização estabelecido por José Marques de Melo (2003b), que define o gênero jornalístico como



[...] A classe de unidades da comunicação massiva periódica que agrupa diferentes formas e respectivas espécies de transmissão e recuperação oportuna de informações da atualidade, por meio de suportes mecânicos ou eletrônicos (aqui referidos como mídia), potencialmente habilitados para atingir audiências anônimas, vastas e dispersas. (MELO, 2003b, p. 62)

Ainda segundo o autor, “Os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho cotidiano de codificação das mensagens de atualidade a partir das formas de expressão adotadas nas empresas e refletindo em certo sentido o consenso corporativo.” (MELO, 2003b, p. 11).

O autor também frisa que temos os seguintes gêneros jornalísticos e funções:

- Informativo: vigilância social.
- Opinativo: fórum de ideias.
- Interpretativo: papel educativo, esclarecedor.
- Diversional: distração, lazer.
- Utilitário: auxílio nas tomadas de decisões cotidianas.

A organização dos gêneros busca refletir sobre o que os cidadãos querem e precisam saber, conhecer ou acompanhar. Buscar as temáticas agrupadas nestas cinco vertentes é a razão do trabalho da imprensa, que foi se construindo ao passo do próprio desenvolvimento da sociedade.

Podemos acompanhar a evolução destas vertentes, primeiro pelos gêneros hegemônicos: o informativo (surgido no século 17) e o opinativo (século 18); e, posteriormente, acrescentando os complementares: interpretativo, diversional e utilitário, que se fortaleceram no século 20 (MELO, 2010). Isso demonstra que o surgimento e/ou a consolidação dos gêneros são respostas às demandas sociais, que são evidenciadas em momentos históricos datados, especialmente em períodos de crise ou de profundas transformações (ASSIS, 2010).

Jornalismo e sociedade passam por processos evolutivos concomitantes. Na “Classificação Marques de Melo” (MELO, 2009, p. 35), provavelmente uma das mais difundidas no Brasil – e que se fundamenta “em observações empíricas do jornalismo brasileiro no quinquênio 2002-2007” –, a distribuição dos formatos é assim sugerida:

1. Gênero informativo: nota, notícia, reportagem, entrevista.
2. Gênero opinativo: editorial, comentário, artigo, resenha, coluna, caricatura, carta, crônica.
3. Gênero interpretativo: análise, perfil, enquete, cronologia, dossiê.
4. Gênero diversional: história de interesse humano, história colorida.
5. Gênero utilitário: indicador, cotação, roteiro, serviço.

Cada um desses gêneros e desses itens tem características próprias que os tornam únicos.



Refleta

É natural que grandes meios de comunicação tenham preferências – sejam elas partidárias, eleitorais, ideológicas ou pecuniárias (que se refiram a dinheiro). Sabemos que nas democracias atuais, muitas delas facilmente corruptíveis, o dinheiro gera poder, e o poder gera dinheiro. A grande mídia, na medida em que atua como filtro e que manipula os conteúdos, torna-se uma das ligações dessa política institucional e corruptamente endinheirada.

O que você pensa a respeito disso? Crie um fórum de discussão com seus colegas de classe. Busque exemplos atuais e também clássicos, que sirvam de referência para situações como essa.

Por fim, responda: nesse sentido, até que ponto a credibilidade das fontes pode ser crucial?

Noam Chomsky (2015), linguista e sociólogo, tido como “o maior intelectual vivo”, estabeleceu dez técnicas de mistificação e manipulação utilizadas pela mídia. Vejamos:



1. A estratégia da distração. É fundamental, para o grande *lobby* dos poderes, manter a atenção do público concentrada em temas de pouca relevância (programas banais de TV, por exemplo), fazendo com que o cidadão comum se interesse apenas por fatos insignificantes. A exagerada concentração em fatos da crônica policial, dramatizada e manipulada, faz parte desse jogo.

2. Princípio do “problema - solução do problema”. A partir de dados incompletos, incorretos ou manipulados, inventa-se um grande problema para causar certa reação no público, com o propósito de que seja este o mandante – ou solicitante – das medidas que se quer adotar (é preciso dar voz ao povo). Um exemplo: deixa-se a população totalmente ansiosa com a notícia da existência de uma epidemia mortal (febre aviária, por exemplo), criando um injustificado alarmismo com o objetivo de vender remédios que de outra forma seriam inutilizados.

3. A estratégia da gradualidade. Para fazer o povo aceitar uma medida inaceitável, basta aplicá-la e noticiá-la gradualmente, a conta-gotas, por anos – ou meses, ou dias – seguidos. É dessa maneira que se introduzem novas e duras condições socioeconômicas, em prejuízo da população. Tudo é feito e contado gradualmente, porque muitas mudanças juntas

podem provocar uma revolução.

4. A estratégia do diferimento (adiamento). Um outro modo de fazer a população aceitar uma decisão impopular consiste em apresentá-la como “dolorosa e necessária”, alcançando-se momentaneamente sua aceitação, para uma aplicação futura, [...] o equivale mais ou menos ao nosso “devagar se vai ao longe”).

5. Comunicar-se com o público como se falasse a uma criança. Quanto mais se pretende enganar o público, mais se tende a usar um tom infantil. Diversos programas ou conteúdos possuem essa conotação infantilizada. Por quê? Se nos comunicarmos com as pessoas como se elas tivessem 11 anos de idade, elas tendem a responder provavelmente sem nenhum senso crítico, como se tivessem mesmo 11 anos de idade (as crianças não conseguem fazer juízos abstratos).

6. Explorar a emotividade muito mais que estimular a reflexão. A emoção, com efeito, coloca de escanteio a parte racional do indivíduo, tornando-o facilmente influenciável, sugestível. Essa é a grande técnica empregada pelo populismo demagogo punitivo.

7. Manter o público na ignorância e na mediocridade. Poucos conhecem, ainda que superficialmente, os resultados já validados das ciências (criminais, médicas, tecnológicas etc.). A manipulação fica facilitada quando o povo é mantido na ignorância; isso significa dizer não à escola de qualidade para todos.

8. Impor modelos de comportamento. Controlar indivíduos enquadrados e medíocres é muito mais fácil que gerir indivíduos pensantes. Os modelos impostos pela publicidade são funcionais para esse projeto.

9. A autculpabilização. Todo discurso (midiático e religiosamente) é feito para fazer o indivíduo acreditar que ele mesmo é a única causa do seu próprio insucesso e da própria desgraça. Que o problema é individual e não tem nada a ver com o social. Dessa forma, ao contrário de se suscitar uma rebelião contra o sistema socioeconômico que marginaliza a maioria, o indivíduo se subestima, se desvaloriza, se torna depressivo e até se autoflagela (assim é a vida no “vale das lágrimas”). A culpa pelo desemprego, pelo não encontro de novo emprego, pelo baixo salário (neoescravidor), pelas condições deploráveis de

trabalho, pelo insucesso escolar, pela precarização das relações trabalhistas, pela diminuição do salário-desemprego, pela redução das aposentadorias, pela mediocridade cultural, pela ausência de competitividade no mercado etc. é dele, exclusivamente dele, não do sistema.

10. Os meios de comunicação sabem mais de você que você mesmo. Eles conhecem nossas preferências, fazem sondagens e pesquisas, diagramam nossas inclinações políticas e ideológicas e, mais que isso, sabem como ninguém explorar nossas emoções (sobretudo as mais primitivas). Não se estimula quase nunca a reflexão. O sistema manipula e exerce um grande poder sobre o público, muito maior que aquele que o cidadão exerce sobre ele mesmo. (CHOMSKY, 2015, p. 146-147)



Exemplificando

Figura 4.3 | Esquema de Noam Chomsky



Fonte: <<http://tovendotudo.net/doc/833>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Por fim, é importante levantarmos a bandeira da ética no cenário do showrnalismo.

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros reconhece, depois de muita luta por parte de profissionais engajados com o bom jornalismo, a existência do sensacionalismo. Ele é citado diretamente, desde 2007, de forma direta.

Segundo o art. 11 do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, “[...] o jornalista não pode divulgar informações [...] de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes.”

Rosa Nívea Pedroso, pesquisadora brasileira na área de jornalismo sensacionalista, define esta linguagem no jornal da seguinte maneira:

[...] Valorização da emoção em detrimento da informação; exploração do extraordinário e do vulgar, de forma espetacular e desproporcional; adequação discursiva ao status semiótico das classes subalternas; destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou invenção de palavras ou fatos; valorização de conteúdo ou temáticas isoladas, com poucas possibilidades de desdobramento nas edições subsequentes e sem contextualização político-econômico-social-cultural; discursividade repetitiva, fechada ou centrada em si mesma, ambígua, motivada, autoritária, despolitizadora, fragmentária, unidirecional, vertical, ambivalente, dissimulada, indefinida, substitutiva, deslizante, avaliativa; exposição do oculto mas próximo; produção discursiva sempre trágica, erótica, violenta, ridícula, insólita, grotesca ou fantástica [...]. (PEDROSO, 2001, p. 122-123)

E é disso que precisamos fugir. É preciso proteger a sociedade e lapidar nossa consciência: poder deitar à noite e dormir o sono dos justos é o sonho de todo profissional sério, que busca uma sociedade melhor com seu trabalho.



Pesquise mais

Um clássico dos veículos sensacionalistas do Brasil foi o Jornal Notícias Populares (NP). Criado em 15 de outubro de 1963 e editado pelo Grupo Folha, foi rodado até 20 de janeiro de 2001. Era conhecido por suas manchetes violentas e sexuais. Segundo seus editores, foi retirado das bancas por conta da concorrência com programas do mesmo gênero na televisão, como o "Aqui Agora", do SBT.

Visite o link indicado e conheça algumas capas históricas do NP, o jornal que faz jus à frase "torceu, sai sangue". Disponível em: <<https://noticias.bol.uol.com.br/fotos/entretenimento/2013/08/21/relembre-os-casos-mais-polemicos-do-jornal-noticias-populares.htm?fotoNav=>>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

Sem medo de errar

Retomando o item *Diálogo aberto*, Mariana também precisa encerrar seu estágio e, para isso, deverá analisar como o portal de notícias trabalha com a realidade. Há manipulação dos fatos? As notícias são neutras? (Se sim, por que razões? Se não, como isso ocorre?) A escolha das pautas é baseada em quê? Outro aspecto que ela deverá levar em conta é a abordagem da confiabilidade das fontes no meio on-line.

Junto com Mariana, você construiu reportagens sobre: a cobertura em tempo real dos jogos de vôlei e futebol nas Olimpíadas do Rio de Janeiro; o calendário de votações e os resultados alcançados durante o processo de *impeachment* da presidenta da República; e a cobertura das eleições nos municípios do país. Os textos de todas essas reportagens são seus, certo? Então, retorne às suas atividades e analise cada uma delas. Que rumo você tomou em cada uma delas? Que linha editorial você seguiu? Por exemplo: foi dado o mesmo espaço de mídia para os jogos de vôlei e de futebol? As seleções menores também tiveram reconhecimento e exposição? Houve algum episódio de "tragédia" em campo/quadra? Nas votações do *impeachment*, estava claro em seus textos o seu posicionamento ideológico? Você deu espaço igual para apoiadores e para acusadores? Resultados positivos e negativos foram noticiados com o mesmo entusiasmo? E na cobertura das eleições, o que você mais destacou: o crescimento de alguns partidos ou o número de cadeiras perdidas de outros? Houve espaço igual para tudo? Houve uma adequação na relação pouco tempo de apuração *versus* profundidade da informação?

Com todos esses dados, você deve construir o seu relatório de estágio. Inclua nele:

- Sua identificação como aluno.
- Apresentação do veículo onde o estágio ocorre.
- Discussão sobre cada matéria produzida, incluindo: descrição, análise e justificativa.
- Considerações finais: indique sua avaliação sobre a postura do veículo.

Bons estudos e boa sorte.

Avançando na prática

Uma tragédia anunciada

Descrição da situação-problema

As regiões Norte e Nordeste do país foram assoladas por uma série de rebeliões no sistema prisional no início do ano de 2017. Em 15 dias foram quase 120 presos mortos no Amazonas, Roraima e Rio Grande do Norte.

A notícia, por si só, já é bastante macabra, triste e revoltante, em muitos aspectos. Porém, alguns jornais conseguem agregar um aspecto ainda pior à informação.

Agora é com você. Pesquise sobre as rebeliões ocorridas e redija duas manchetes, uma ética e informativa (que deve ter seu caráter noticioso preservado) e uma sensacionalista (que deverá explorar a miséria humana).

Resolução da situação-problema

O portal UOL Notícias, em sua coluna Cotidiano do dia 15 de janeiro de 2017, estampou a seguinte manchete: *Todos os mortos em rebelião no RN foram decapitados ou carbonizados. Já o site G1 preferiu intitular sua matéria assim: Rebelião mais violenta da história do RN tem 26 mortos, diz governo.*

Você consegue perceber a diferença? A manchete do UOL é bem mais apelativa. Explora a miséria humana e expõe pessoas e famílias a uma tristeza ainda mais profunda. Concorde?

Como foram construídas suas manchetes? Qual apelo você usou para basear seu texto?

Faça valer a pena

1.

Os mestres da informação, na era da informática, chamam de comunicação monólogo do poder. A universal liberdade de expressão consiste em fazer com que a periferia do mundo obedeça às ordens emitidas pelo centro, sem ter o direito de recusar os valores que este impõe. A clientela das indústrias culturais é sem fronteiras; é um supermercado de dimensão mundial onde o controle social se exerce em escala planetária. (GALEANO, 2006, p. 154)

Partindo da visão do autor, temos uma perspectiva de que países em desenvolvimento estão entrando em "sintonia" com a visão de países desenvolvidos, construindo uma nova percepção de "cultura do espetáculo", originária do modelo econômico, social, político e de vida cotidiana desses lugares. Isso traz novas maneiras de as pessoas expressarem-se culturalmente, altera relações sociais e experiências de consumo.

De acordo com o contexto, por que isso ocorre?

- a) Porque os filmes são hollywoodianos e as notícias se baseiam neles.
- b) Porque produções são distribuídas "de lá para cá" e são mais interativas.
- c) Porque a mídia americana é melhor que a brasileira, e estamos sujeitos aos seus desmandos.
- d) Porque no Brasil o processo de criação e produção da notícia é deficitário.
- e) Porque a mídia é responsável pela evolução tecnológica do mundo moderno.

2.



Os gêneros jornalísticos correspondem a um sistema de organização do trabalho cotidiano de codificação das mensagens de atualidade, a partir das formas de expressão adotadas nas empresas e refletindo em certo sentido o consenso corporativo. (MELO, 2003b, p. 11)

Associe V (verdadeiro) ou F (falso) para as descrições dos gêneros jornalísticos a seguir, conforme o autor:

- () Informativo: vigilância social.
- () Opinativo: fórum de ideias.
- () Interpretativo: papel educativo, esclarecedor.
- () Diversional: distração, lazer.
- () Utilitário: auxílio nas tomadas de decisões cotidianas.

Agora, assinale a alternativa que apresenta a sequência correta:

- a) F, F, F, F, V.
- b) F, F, F, V, F.
- c) V, V, V, F, F.
- d) V, F, F, V, F.
- e) V, V, V, V, V.

3.



Todo discurso (midiático e religiosamente) é feito para fazer o indivíduo acreditar que ele mesmo é a única causa do seu próprio insucesso e da própria desgraça. Que o problema é individual

e não tem nada a ver com o social. Dessa forma, ao contrário de se suscitar uma rebelião contra o sistema socioeconômico que marginaliza a maioria, o indivíduo se subestima, se desvaloriza, se torna depressivo e até se autoflagela (assim é a vida no “vale das lágrimas”). A culpa pelo desemprego, pelo não encontro de novo emprego, pelo baixo salário (neoescravidor), pelas condições deploráveis de trabalho, pelo insucesso escolar, pela precarização das relações trabalhistas, pela diminuição do salário-desemprego, pela redução das aposentadorias, pela mediocridade cultural, pela ausência de competitividade no mercado etc. é dele, exclusivamente dele, não do sistema. (CHOMSKY, 2015, p. 146-147)

Noam Chomsky, linguista e sociólogo, tido como “o maior intelectual vivo”, estabeleceu dez técnicas de mistificação e manipulação utilizadas pela mídia. A qual das técnicas de Chomsky a definição dada se refere?

- a) Os meios de comunicação sabem mais de você que você mesmo.
- b) Manter o público na ignorância e na mediocridade.
- c) Impor modelos de comportamento.
- d) Autoculpabilização.
- e) Comunicar-se com o público como se falasse a uma criança.

Seção 4.3

Espetacularização: métrica e medição da notícia

Diálogo aberto

Nossos jovens estudantes chegaram ao final do seu curso. Assim como você, percorreram um caminho de conhecimento e experiências que os ajudou na formação do seu profissionalismo. E para encerrar esta etapa, todos deverão finalizar seus trabalhos apresentando um relatório de estágio para a faculdade onde estão matriculados. A professora responsável solicitou que cada um deles fizesse uma análise da linha editorial dos veículos em que atuaram e de como esses veículos buscam alavancar a audiência por meio de seus conteúdos.

Pedro e Mariana já concluíram seus projetos. Pedro realizou uma análise sobre como a emissora de TV em que ele atuou aborda a notícia, tomando como base os conteúdos tratados na Seção 1, que tinha como o tema o jornalismo sensacionalista. Mariana analisou como o portal de notícias no qual ela estagiou trabalha com a realidade. Para isso, ela se fundamentou no tema da Seção 2 deste material, que abordava o tema do espetáculo midiático e da distorção da informação.

Agora é a vez de João. Ele aprendeu que a audiência de um veículo impresso está diretamente ligada à sua tiragem. Isso impacta fortemente o valor de mercado que os anúncios desse veículo assumem. Para encerrar os trabalhos, a professora solicitou que ele fizesse uma avaliação disso, e de como essa revista busca equilibrar ética e receita.

Vamos lá? Preparado para este novo desafio? É o último de nossa jornada até aqui. Mãos à obra.

Não pode faltar

O jornalista *Ciro Marcondes Filho*, em seu livro *O Capital da Notícia* (1986), defende que a notícia é:



[...] A informação transformada em mercadoria. As características sensacionais, emocionais e até mesmo estéticas exaltadas pelas concepções clássicas são [mercadoria]. Nessa perspectiva, apelos que reforçam a condição mercadológica da notícia. A informação sofre um tratamento que a adapta às normas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Em outras palavras, a notícia pertence ao jogo de forças da sociedade e só é compreensível por meio dessa lógica. (MARCONDES FILHO, 1986, p. 13)

Estes são preceitos característicos da teoria crítica, apresentada pelos estudiosos da Escola de Frankfurt, que, segundo a ideia de Marcondes Filho (1986), mesmo que se tente desmascarar a ideologia que cerca a percepção de cada notícia, há o comprometimento do entendimento do que é dito, já que esse entendimento depende do arcabouço que a audiência possui. Isso ocorre porque o jornalismo é uma atividade capitalista e o veículo de comunicação é uma empresa, que visa lucro, conforme já estudamos nesta disciplina.



Assimile

Cremilda Medina (1988) reforça a visão do autor, e afirma que:



Na angulação encontramos, de imediato, relações muito estreitas dos três níveis gerais de comunicação numa sociedade urbana em industrialização ou pós-industrializada: o nível-massa, o grupal e o pessoal. Quando a mensagem é angulada para de pauta se transformar num processo de captação, a componente grupal se identifica com a caracterização da empresa jornalística onde essa pauta vai ser transmitida. A empresa que, por sua vez, está ligada a um grupo econômico e político, conduz o comportamento da mensagem da captação do real à sua formulação estilística. (MEDINA, 1988, p. 73)

Podemos observar essa visão da autora partindo do título de um dos seus mais importantes trabalhos, que é *Notícia, um produto à venda* (1988). Na obra, ela identifica a mensagem transmitida pelo jornalismo por meio de atividades urbanas e industriais, e preocupa-se com a relação entre as formas da sociedade industrializada.

Outra importante contribuição para o entendimento da notícia como produto é a de Miquel Rodrigo Alsina, no livro *A construção da notícia* (2009). Nele, a notícia

é tida como um produto industrializado. O autor observa a comunicação de massa como uma realidade: complexa, diversa e móvel; entretanto, ele não coloca a notícia sob uma definição somente mercadológica, mas busca entender com que tipo de "mercadoria" ele trata. Para ele, "notícia é uma representação social da realidade cotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível." (ALSINA, 2009, p. 56).

Alsina (2009) também reforça a ideia de que o noticiário não é resultado de um trabalho que envolve somente a produção de textos. Não é, também, uma representação da realidade. Segundo o autor, o jornalismo é resultado de:

[...] Um processo de construção que começa com a compreensão da realidade na qual os eventos acontecem, resumindo o processo em três fases – seleção, hierarquização e tematização da informação. Assim a mídia realiza uma atividade especializada da qual depende a construção da própria realidade social. (ALSINA, 2009, p. 74)

O papel da mídia é institucionalizado. Ele tem a legitimidade de promover uma realidade que seja socialmente importante. E embora isso caracterize fortemente um processo de produção industrial, a mídia não deixa isso claramente explícito. Normalmente, busca-se transmitir uma autoimagem de receptora e transmissora de informações, como se fosse a grande responsável pela reprodução da realidade de forma objetiva, como deve ser o jornalismo.

O jornalista é o autor de um mundo possível que se manifesta em forma de notícia. Na construção da notícia estão presentes três mundos distintos e que estão inter-relacionados; são eles: o mundo 'real', o mundo de referência e o mundo possível. (ALSINA, 2009, p. 25)

Ainda segundo Alsina (2009), o mundo real (ou dos acontecimentos) é onde o jornalismo busca suas informações. Porém, há o aspecto do recorte que o profissional/veículo faz. Esse recorte é feito a partir das referências do profissional, incluindo aspectos culturais, de conhecimento e da orientação da linha editorial do veículo para o qual ele trabalha. A partir disso é que se constrói um mundo, com aspectos/traços da realidade recolhida. Tudo isso acontece a partir das conveniências: ideológicas, políticas e técnicas.

Essa visão da produção da notícia reduz o trabalho do jornalista a apenas selecionar, hierarquizar e tematizar os assuntos, incluindo ou excluindo, atribuindo importância

durante a edição, conquistando mais ou menos espaço para cada fato e direcionando o olhar à opinião pública. Dessa forma, quanto maior o poder de controle e interferência do jornalista e do veículo, maior será o poder de interferência da mídia e do profissional na hierarquização dos assuntos, definindo qual é o seu valor para a opinião pública.

Criou-se uma ideologia de objetividade que, posteriormente, foi substituída pela fidelidade às regras e procedimentos da produção da notícia. Porém, a objetividade na apuração e redação nunca foi capaz de negar a subjetividade do texto.



Aos poucos, a dita angulação da empresa entra até pelos poros do repórter, como necessidade de ascensão. Naturalmente, isso vai influenciar o processo de captação dos dados numa reportagem. (MEDINA, 1988, p. 74)

Tecnicamente, para se manter a objetividade, é necessário saber quem são as fontes. Por exemplo: entrevista-se "Fulano" para se assegurar da verdade. Como não é possível ter certeza de que ele foi fiel aos fatos, entrevista-se "Beltrano". Dessa forma, têm-se duas visões do mesmo fato. Mas mesmo assim não é possível garantir 100% da verdade, já que ambos podem estar equivocados a respeito do tema. Outra alternativa é buscar provas auxiliares que comprovem o assunto. Usar aspas na citação da fala das fontes também é uma atitude de preservação.

Outro aspecto importante que precisamos analisar na dinâmica rotina do jornalismo diário é o aspecto da busca pelo novo, da preferência por uma notícia com relação a outra, ou até mesmo do sensacionalismo. Uma causa para tais medidas tem base econômica e diz respeito ao índice de audiência.



O universo do jornalismo é um campo, mas que está sob a pressão do campo econômico por intermédio do índice de audiência. E esse campo muito heterônimo, muito fortemente sujeito às pressões comerciais, exerce, ele próprio, uma pressão sobre todos os outros campos, enquanto estrutura. (BOURDIEU, 1997, p. 77)

É o índice de audiência que estabelece uma série de ações que dizem respeito ao modelo empresarial, e cria, assim, um modelo fabril e que dá origem ao conceito de indústria da informação, transformando acontecimento em mercadoria.

A produção da notícia passa por um processo que se assemelha à produção de uma mercadoria na indústria. Esse processo é iniciado pela coleta da informação, se estende até a seleção (consciente ou não) dos dados para a construção do texto e

chega à veiculação do material, seja no modo impresso, no rádio, na televisão ou nas mídias digitais.

Pensando na visão capitalista de Karl Marx, a notícia é consumida, e dela é extraída a mais-valia, que ocorre a partir da obtenção do lucro, arduamente buscado por meio da publicação de um furo de reportagem, muitas vezes conquistado pela produção desenfreada e inconsequente, além da distribuição da informação ao longo de um tempo/programação de forma a atingir um número maior de espectadores, o aumento da audiência e, conseqüentemente, a mais-valia/o lucro.

Para ser o primeiro a ver e a fazer ver algumas coisas, está-se disposto a quase tudo, e como se copia mutuamente visando a deixar os outros para trás, a fazer antes dos outros, ou a fazer diferente dos outros, acaba-se por fazerem todos a mesma coisa, e a busca da exclusividade, que, em outros campos, produz a originalidade, a singularidade, resulta aqui na uniformização e na banalização. (BOURDIEU, 1997, p. 27)



Exemplificando

A disputa da concorrência entre os veículos, muitas vezes, leva à repetição da informação por todos eles. Observe:

Figura 4.4 | Site UOL - edição de 25 de janeiro de 2017

o | <https://www.uol.com.br>

Conselho do Ministério da Justiça

Contra "indole do ministério", membros de política penitenciária renunciam

↳ Renúncia coletiva é retaliação ao ministro Alexandre de Moraes
↳ Ministro da Justiça quer conselho vassalo da truculência, diz membro

Alta de 11,6% em 2016

Divida pública fecha no maior patamar em 12 anos

Divida de R\$ 3,1 trilhões atingiu maior valor desde início da série histórica

Saúde

Brasil vive maior surto de febre amarela desde 2003

Foram confirmados 70 casos da doença no país, com 40 mortes

placar UOL

BAT x COR

Sócio de Teori

Temer busca nome para STF que não desagrade Cármen Lúcia

↳ Cotado de fêlice submissão feminina

Seriam parte do legado

Trens bilionários para a Copa atrasam ou viram sucata pelo país

Uma medalha de ouro a menos, Bolt

Brasil herdará bronze no revezamento após Jamaica cair no doping

Veja como será feito

Concerto em Boeing atingido por tiro pode custar até R\$ 460 mil

Vale o preço?

Líder do top 10 de bebidas mais caras é tequila de R\$ 9 milhões

Começo foi difícil

Hoje "rainha do Snap", Thaynara já usou make vencido e quebrado

Prazer anal, patavário na TV... Sandy santinha? Veja cinco vezes em que a cantora 'perdeu a linha'

Fonte: <<https://www.uol.com.br/>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

Figura 4.5 | Site R7 - edição de 25 de janeiro de 2017

R7 R7 TV NOTÍCIAS ENTRETENIMENTO ESPORTES RECORD TV SERVIÇOS

Acessibilidade Facebook Twitter Espanhe Envie seu vídeo Buscar

AO VIVO BATATAIS X CORINTHIANS Cope São Paulo 2017

Parte dos reféns é liberada em loja assaltada em SP

- Doria é alvo de protestos
- Nirlando: parabéns, cidade mais feia!
- Novo limite nas marginais já vale
- Garagem: aceleramos na marginal Tietê

EX-PRIMEIRA-DAMA
Após sofrer AVC, Marisa Leticia está em coma induzido

LAVA JATO
Lava Jato investiga ida de Tevez e Mascherano ao Corinthians

- Odebrecht fará reparação ao Peru
- Rosso suspende candidatura na Câmara

NOVO OMO PURO CUIDADO
SUAVE COM A PELE. DURO COM AS MANCHAS.

SAIBA MAIS

Fonte: <<http://www.r7.com/>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

Figura 4.6 | Site G1 - edição de 25 de janeiro de 2017

MENU G1 BUSCAR

Equipe de Teori no STF começa a ouvir depoimentos de delatores da Odebrecht

Autorização foi dada ontem pela ministra Cármen Lúcia. Audiências fazem parte dos trâmites para a homologação dos acordos de delação premiada.

Grafite na Avenida 23 de Maio é pichado com imagem de Doria

Prefeito diz que pichadores 'não terão moleza'

Bolt perde ouro por doping de integrante de equipe em Pequim

MEC mantém prazos do Sisu apesar de falhas em inscrição

Governo promete resolver problema até o fim do dia.

ECONOMIA

IBOVESPA +0,14%

65.840 pontos

ABERTURA 65.752 VARIACÃO +91

10s 17h

Fonte: <<http://g1.globo.com/>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

Que tal um desafio? Compare estas imagens. Elas são uma cópia da página principal de três portais de notícias, feitas no mesmo dia e na mesma hora. O que você pode observar? Quais são as semelhanças? Quais são as diferenças? A visão de Bourdieu (1997) se confirma? Observe e reflita. Repita este exercício hoje. O que você observa?

Uma estratégia muito utilizada na mídia é atrair a atenção para algum fato que seja de interesse coletivo e que possa chamar a atenção do maior número de pessoas possível.

Os fatos-ônibus são fatos que, como se diz, não devem chocar ninguém, que não envolvem disputa, que não dividem, que formam consenso, que interessam a todo mundo, mas de um modo tal que não tocam em nada de importante. (BOURDIEU, 1997, p. 23)

Assim, a informação ganha o fetichismo (uma espécie de veneração) de uma mercadoria, por meio do qual as informações "fazem coisas, criam fantasias, medos, fobias ou, simplesmente, representações falsas" (BOURDIEU, 1997, p. 26). Isso acontece porque o espectador acredita ver o fato em si, e não um produto de escolhas e seleções. E isso, em se tratando de material audiovisual, envolve, inclusive, escolhas como: gesticulação dos envolvidos, som de fundo, enquadramento, escolha da linguagem empregada, geradores de caracteres (GCs), que são as legendas que aparecem no vídeo, entre tantos outros aspectos e técnicas empregadas em matérias dos mais variados meios de comunicação.



Refleta

Figura 4.7 | Reflexão: notícia x imagem



Fonte: <<http://www.catavento.me/ong-brinca-com-noticias-de-celebridades-para-lembrar-dos-invisiveis/>>. Acesso em: 13.mar. 2017.

O conceito de "sociedade do espetáculo" foi estabelecido pelo filósofo e cineasta Guy Debord (1997), que entende espetáculo como algo que "é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seus instrumentos de unificação. O espetáculo não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas mediatizada por imagens." (DEBORD, 1997, p. 45). Para ele, o que possibilita caracterizar o capitalismo como a sociedade do espetáculo é "o caráter cotidiano da produção de espetáculos,

a quantidade incalculável de espetáculos produzidos e seu vínculo com a produção e o consumo de mercadorias feitas em larga escala" (DEBORD, 1997, p. 57).



Pesquise mais



Em vez de a sociedade do espetáculo ser destruída, ela se fortaleceu no período histórico posterior às lutas sociais de 1968. A produção de espetáculos tomou conta de toda a vida social e o poder espetacular manifesta-se agora de forma integrada, já que desapareceram os movimentos sociais de oposição, que se assimilaram à sociedade capitalista e não defendem mais sua superação. (COELHO, 2015, p. 88)

A adaptação do livro de Debord (1997) foi produzida em vídeo e vale a pena conhecer o conceito defendido por ele através de imagens fortes e cenas polêmicas.

O filósofo Paulo Ghiraldelli (2015) defende a ideia de que a mídia funciona como ampliadora e repetidora de imagens. Para ele, não há produção, mas repetição:



[...] Nós agora somos a mídia, criamos nossa imagem, nossas *selfies* geramos nossa disposição para dizer que estamos ali comendo uma macarronada ou comendo uma mulher e, por isso, por sermos possíveis imagens, temos a chance de ser alguma coisa, entramos no jogo do que pode, por alguns segundos, ser apontado como estando vivo. Somos isso se a mídia nos transporta, colocando-nos no declarado real: o palco das imagens, que é o olho do homem enquanto olho da mídia, o olho da rede social em questão. (GHIRALDELLI, 2015, p. 2)

Para concluir, vamos olhar o aumento do interesse da sociedade do espetáculo através da privacidade de famosos e pessoas comuns. Veículos como biografias, blogs na internet e *reality shows* na televisão, são caminhos que a mídia encontra para satisfazer a essa demanda de mercado e, mais uma vez, mercantilizar a informação.



Exemplificando

O programa *Caminhos da Reportagem* mostra os limites da vida pública e privada em tempos de subcelebridades. O desejo pela fama e a depressão pelo não reconhecimento do público são temas do episódio

Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cultura/galeria/videos/2013/11/a-intimidade-e-o-espetaculo>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

Sem medo de errar

João aprendeu que a audiência de um veículo impresso está diretamente ligada à sua tiragem. Isso impacta fortemente o valor de mercado que os anúncios do veículo assumem. Para encerrar os trabalhos, a professora solicitou que ele fizesse uma avaliação disso, e de como a revista busca equilibrar ética e receita.

Junto com João, você construiu reportagens sobre: um levantamento histórico de como os jogos evoluíram desde a Grécia até os dias de hoje, destacando peculiaridades e curiosidades de todo o processo evolutivo; a repercussão internacional do processo de *impeachment* da presidenta da República; além disso, Pedro também viveu um dilema: percebeu que a revista onde estava estagiando estava sendo tendenciosa ao apoiar, de maneira pouco ética, um determinado candidato à Câmara de Vereadores da capital do estado. Os textos de todas essas reportagens são seus, certo? Então, retorne às suas atividades e analise cada uma delas. Que rumo você tomou? Que linha editorial seguiu?

Com todos esses dados, você deve construir o seu relatório de estágio. Inclua nele:

- Sua identificação como aluno.
- Apresentação do veículo onde o estágio ocorre.
- Discussão sobre cada matéria produzida, incluindo: descrição, análise e justificativa.
- Considerações finais: indique sua avaliação sobre a postura do veículo.

Bons estudos e boa sorte.

Avançando na prática

Milionário atrás das grades

Descrição da situação-problema

O dia 30 de janeiro de 2017 marcou um importante momento na história política e policial do país. Eike Batista, um dos homens mais ricos do país, foi preso ao desembarcar no aeroporto do Rio de Janeiro, vindo de Nova Iorque.

Certo, é uma notícia importante e que gera curiosidade sobre os desdobramentos que deverão vir em decorrência desse fato. Porém, como foi o tratamento dado à informação? Qual foi a dimensão da cobertura gerada a partir

do acontecimento?

Faça uma pesquisa junto aos acervos de pelo menos três veículos de comunicação de linhas editoriais diferentes e analise quanto de espaço foi destinado ao fato e qual foi o estilo da cobertura feita. Analise junto aos seus colegas e professor qual foi a linha adotada e até que ponto há espetacularização nesse trabalho. Qual é a métrica e a medição da notícia?

Resolução da situação-problema

Ao analisar qualquer veículo de comunicação e compará-lo com outros dois concorrentes, observe que há um espaço significativo cedido pela mídia a esse fato. Nesse mesmo momento histórico, o país está passando por um processo eleitoral na Câmara dos Deputados e no Senado Federal. Até que ponto há uma divisão do espaço entre esses dois temas que envolvem o mesmo cenário político?

Você deve ser capaz de perceber e analisar que a métrica destinada a cada um desses fatos corresponde, direta ou indiretamente, à linha editorial do veículo, e isso varia de instituição para instituição.

Faça valer a pena

1.



[...] A informação transformada em mercadoria. As características sensacionais, emocionais e até mesmo estéticas exaltadas pelas concepções clássicas são [mercadoria]. Nessa perspectiva, apelos que reforçam a condição mercadológica da notícia. A informação sofre um tratamento que a adapta às normas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Em outras palavras, a notícia pertence ao jogo de forças da sociedade e só é compreensível por meio dessa lógica. (MARCONDES FILHO, 1986, p. 13)

A visão de *Ciro Marcondes Filho* (1986) corresponde a qual das linhas de pensamento da teoria que embasa o jornalismo?

- a) Teoria de Chicago.
- b) Teoria crítica.
- c) Teoria ideológica.
- d) Teoria midiática.
- e) Teoria funcionalista.

2. Mesmo que se tente desmascarar a ideologia que cerca a percepção de cada notícia, há o comprometimento do entendimento do que é dito, já que esse entendimento depende do arcabouço que a audiência possui. Isso ocorre porque o jornalismo é uma atividade _____ e o veículo de comunicação é uma _____, que visa lucro.

De acordo com a visão da teoria crítica, qual alternativa preenche corretamente as lacunas?

- a) capitalista – empresa.
- b) capitalista – organização social.
- c) socialista – riqueza.
- d) social – entidade.
- e) psicológica – sociedade.

3. O conceito de “_____” foi estabelecido pelo filósofo e cineasta Guy Debord (1997), que entende espetáculo como algo que “é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seus instrumentos de unificação. O espetáculo não é o conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas mediatizada por imagens.” (DEBORD, 1997, p. 45).

De acordo com a ideia construída por Debord (1997), qual alternativa preenche corretamente a lacuna?

- a) sociedade capitalista.
- b) teatro de fantoches.
- c) instrumentos de manipulação.
- d) sociedade do espetáculo.
- e) caminhos da manipulação.

Referências

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA IMPRENSA (ABI). **Código de Ética do Jornalismo Brasileiro**. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/codigo-de-etica-dosjornalistas-brasileiros/>>. Acesso em: 14 de mar. 2017.
- ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. São Paulo: Vozes, 2009.
- ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. 2. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2002.
- BAKHTIN, Mikhail. **Speech genres and other essays**. Austin: UT Press, 1986.
- BARBOZA, Alexandre Monteiro. **Imprensa histórica, informação prejudicada: uma análise da cobertura carioca no 11 de setembro**. Rio de Janeiro: Armazém digital, 2005.
- BELTRÃO, Luiz. **Teoria e prática do jornalismo**. Adamantina: FAI; São Bernardo do Campo: Cátedra Unesco/Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 2006.
- BHATIA, Vijay Kumar. Applied genre analysis: analytical advances and pedagogical procedures. In: JOHNS, Ann M (Ed.). **Genre in the classroom: multiple perspectives**. Mahwah: LEA, 2001. p. 279-283.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- CHOMSKY, Noam. Ecco 10 modi per capire tutte le bugie che ci raccontano. **Latinoamerica e tutti i sud del mondo**, Roma, n. 128-130, p. 146-147, 2015.
- COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Mídia e poder na sociedade do espetáculo**. Disponível em: <<http://revistacult.uol.com.br/home/midia-e-poder-na-sociedade-do-espetaculo/>>. Acesso em: 30 abr. 2015.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003. Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>>. Acesso em: 30 abr. 2015.
- EBC. **A intimidade e o espetáculo**. 11 nov. 2013. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cultura/galeria/videos/2013/11/a-intimidade-e-o-espetaculo>>. Acesso em: 25 jan. 2017.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua**

portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

GALEANO, Eduardo. A caminho de uma sociedade da incomunicação. Em: MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

GARCIA, Luiz. **O mundo, esse lírio**: artigos sobre jornalismo e outras coisas. Rio de Janeiro: Lacerda, 2000.

GHIRALDELLI, Paulo. **O que é a sociedade do espetáculo?** Disponível em: <<http://ghiraldelli.pro.br/?s=o+que+%C3%A9+a+sociedade+do+espet%C3%A1culo>>. Acesso em: 30 abr. 2015.

HENN, Ronaldo Cesar. **A pauta e a notícia**: uma abordagem semiótica. Canoas: Ulbra, 1996.

LEIA LIVRO. **Showrnalismo**: livro de José Arbex Jr. 2017. Disponível em: <<http://www.leialivro.com.br/livros/showrnalismo-livro-de-jose-arbex-jr/#axzz4Uik5NcDp>>. Acesso em: 3 jan. 2017.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986.

MELO, José Marques de. Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., Caxias do Sul, 2010. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2010.

_____. **Jornalismo**: compreensão e reinvenção. São Paulo: Saraiva, 2009.

_____. **Jornalismo opinativo**: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. 3. ed. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003a.

_____. O desafio do estudo dos gêneros. **Pauta Geral**, Salvador, n. 5, p. 11-20, 2003b. Entrevista concedida a Tatiana Teixeira.

_____, José; ASSIS, Francisco de (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**: jornalismo na sociedade urbana e industrial. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

ROSSI, Clóvis. **O que é jornalismo**. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.

SOARES, Magda. **Letramento**: um tema em três gêneros. Belo Horizonte: Autêntica, 1998.

SWALES, John Malcolm. **Genre analysis**: english in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

ISBN 978-85-8482-860-9



9 788584 828609 >