

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

Douglas Luiz Juvenal Ribeiro

ESPETACULARIZAÇÃO DA TRAGÉDIA DA CHAPECOENSE:

Qual é o limite entre informação e a exposição da dor nas coberturas jornalísticas?

**Juiz de Fora
Dezembro de 2017**

Douglas Luiz Juvenal Ribeiro

ESPETACULARIZAÇÃO DA TRAGÉDIA DA CHAPECOENSE:

Qual é o limite entre informação e a exposição da dor nas coberturas jornalísticas?

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra

Juiz de Fora
Dezembro de 2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Ribeiro, Douglas Luiz Juvenal Ribeiro.

Espetacularização da tragédia da Chapecoense : Qual é o limite entre informação e a exposição da dor nas coberturas jornalísticas?

/ Douglas Luiz Juvenal Ribeiro Ribeiro. -- 2017.

78 f. : il.

Orientador: Márcio de Oliveira Guerra Guerra

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2017.

1. jornalismo. 2. audiência. 3. espetacularização. 4. televisão . 5. audiência . I. Guerra, Márcio de Oliveira Guerra, orient. II. Título.

Douglas Luiz Juvenal Ribeiro

ESPETACULARIZAÇÃO DA TRAGÉDIA DA CHAPECOENSE:
Qual é o limite entre informação e a exposição da dor nas coberturas jornalísticas?

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Jornalismo, da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel.

Orientador: Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (FACOM/UFJF)

Aprovado (a) pela banca composta pelos seguintes membros:

Prof. Dr. Márcio de Oliveira Guerra (FACOM/UFJF) - orientador

Prof. Dr. Cláudia de Albuquerque Thomé (FACOM/UFJF) - convidado (a)

Prof. Ms. Ricardo Bedendo (FACOM/UFJF) – convidado (a)

Conceito obtido: (x) aprovado(a) () reprovado(a).

Observação da banca: _____

_____.

Juiz de Fora, 04 de dezembro de 2017.

A minha amada avó, Izabel Luiz, que com pouca instrução foi uma mulher sábia e que me levou ao caminho do conhecimento.

AGRADECIMENTOS

As pessoas mais importantes da minha vida. A minha avó, que plantou a semente do jornalismo em mim e hoje me guia lá do céu; a minha mãe que sempre embarcou em meus sonhos e a minha tia Cleuza, que sempre me apoiou.

Também não posso deixar de agradecer aos meus queridos irmãos, Daniel e Dominique, pela paciência e companheirismo.

Aos meus amigos que me acompanharam nessa jornada e sempre me incentivaram.

É claro não posso deixar de agradecer ao meu querido amigo, professor e mestre, Márcio Guerra, pelas oportunidades que ele me proporcionou na Produtora de Multimeios.

“Somos aquilo que vemos e ouvimos, assim como somos aquilo que comemos, por isso, é importante imprimir nos indivíduos a necessidade de evitar a comida ruim da cultura da mídia e escolher produtos mais saudáveis e nutritivos”.

(Douglas Kellner)

RESUMO

A televisão é um dos meios de comunicação mais populares. Suas ondas chegam à casa de quase toda a população. Mas, com os adventos das tecnologias, ela tem si reiventado, principalmente, os canais abertos. Esse trabalho visa propor o debate sobre a espetacularização da notícia que a TV tem utilizado para “seduzir” a sua audiência, mais precisamente, nas coberturas jornalísticas. Para isso, analisa uma edição do Jornal Nacional e do Conexão Repórter. E também discute os critérios de noticiabilidade e tem como plano de fundo o caso da queda do avião com os jogadores da Chapecoense.

Palavras-chave: Jornalismo, televisão, audiência, espetáculo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Imagem do avião da FAB pousando em Manaus	52
Figura 2 – Familiares se despedem de profissionais da RBS em Santa Catarina.....	54
Figura 3 – Coletiva cedida pelo pai do jogador Alan Ruschel e do primo do jornalista Rafael Henzel, sobreviventes do acidente	56
Figura 4 – Repórter Kiria Meurer acompanhou os bastidores da cerimônia em Chapecó e usou celular para capturar as imagens	58
Figura 5 – A edição retira o som dos gritos de comemoração da classificação e escurece a imagem	60
Figura 6 – Especialista é entrevistado com o intuito de dar um respaldo técnico da causa da queda do avião	61
Figura 7 – Cinegrafista filma o pé do repórter para registrar dificuldade para chegar ao local da queda	62
Figura 8 – Cabrini encontra uma bíblia entre os destroços	63

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 JORNALISMO E ESPETÁCULO.....	13
2.1 A PREMISSA DO JORNALISMO.....	13
2.2 SOCIEDADE E ESPETÁCULO.....	14
2.3 ESPETACULARIZAÇÃO DA NOTÍCIA.....	19
2.4 ESPETACULARIZAÇÃO DA MORTE.....	21
2.5 OLIMPIANOS E A MÍDIA.....	24
3 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE.....	26
3.1 O PODER DO JORNALISMO.....	29
3.2 VALORES-NOTÍCIA.....	30
3.2.1 Identificação dos valores-notícia.....	33
3.2.1.1 <i>Valores-notícia de seleção – os critérios substantivos.....</i>	<i>36</i>
3.2.1.2 <i>Valores-notícia de seleção – os critérios contextuais.....</i>	<i>40</i>
3.2.1.3 <i>Valores-notícia de construção.....</i>	<i>41</i>
4 A TRAGÉDIA.....	43
4.1 O ACIDENTE.....	44
4.2 O VELÓRIO.....	44
4.3 INVESTIGAÇÃO.....	45
4.4 AS VÍTIMAS.....	47
5 ANÁLISE.....	49
5.1 OBJETOS DE ESTUDO.....	49
5.2 METODOLOGIA.....	50
5.3 COBERTURA DO JORNAL NACIONAL.....	51
5.3.1 VT's.....	51
5.3.2 Observação.....	58
5.4 CONEXÃO REPÓRTER: O ÚLTIMO VOO.....	59
5.4.1 Observação.....	64

6 CONCLUSÃO..... 66

REFERÊNCIAS 69

1 INTRODUÇÃO

A televisão é um meio de comunicação que, além de ser fonte de distração, de conhecimento e de informação, une as pessoas de classes sociais diferentes e proporciona temas para que elas troquem ideias e debatam, assim, criando um vínculo entre elas.

Atualmente, a TV tem passado por mudanças em sua programação e no seu modo de focar os conteúdos apresentados, que implicam na exaltação de programas de conteúdos espetacularizados e, algumas vezes, sem relações com contexto social. A espetacularização é um ponto presente na grande de jornalismo de algumas emissoras, as quais mesmo de uma maneira sutil, transmitem programas que apresentam características semelhantes à de shows de auditório, como forma de chamar a atenção do público. Dentro desta perspectiva, pode-se salientar o Brasil Urgente, da TV Bandeirantes, exemplo clássico de exaltação dos acontecimentos mais sensacionais e que chamam a atenção das pessoas, até os telejornais vistos como padrão e de referência, como é o caso do Jornal Nacional.

Por meio desta monografia, pretendo abordar questões referentes ao jornalismo e a espetacularização da notícia, com enfoque nas coberturas jornalísticas de tragédias. Para isso, estudaremos a queda do avião com o time de futebol Chapecoense, tendo como foco uma edição do Jornal Nacional e do Conexão Repórter, do SBT.

Utilizando grandes pensadores como Muniz Sodré, Nelson Traquina e outros, serão discutidas questões sobre o espetáculo que está inserido na mídia, quase que, como sendo parte dela, e critérios que tornam um acontecimento noticiável.

No capítulo II a discussão foca na premissa do jornalismo e a espetacularização da notícia. Nele, falaremos sobre o espetáculo em vários âmbitos. Já no capítulo III abordaremos as questões referentes aos critérios de noticiabilidade. E o capítulo IV desdobrará o caso da queda do avião com a equipe da Chapecoense.

No último capítulo é feita uma análise sobre as reportagens exibidas pelo Jornal Nacional no dia 3 de dezembro, e da edição do dia 4 de dezembro do Conexão Repórter. Assim, chegamos à conclusão, onde pretendemos avaliar da melhor forma o limite entre informação e exposição da dor nas coberturas jornalísticas de uma tragédia.

2 JORNALISMO E ESPETÁCULO

Para entender o surgimento da notícia, e por consequência o do jornalismo, precisamos retomar a antiguidade e compreender a necessidade do homem em se informar. Para isso, o nosso ponto de partida inicial, segundo o autor Muniz Sodré, é o conceito de ilusão.

2.1 A PREMISSA DO JORNALISMO

Sodré (2009) explica que no empenho de conhecer um fato ou uma coisa, se faz inicialmente uma apreensão, ao mesmo tempo racional e sensível, condicionada tanto pela formação quanto pela posição social do indivíduo.

Uma espécie de roupagem perceptiva e cognitiva cobre o objeto de conhecimento, não porque lhe seja uma aderência natural, mas em virtude do processo de mediação simbólica imprescindível ao ato de conhecer, que é, no limite, um jogo entre o homem e o mundo. Esse “pôr-se em jogo”, que deriva das palavras em latim *in-ludo*, onde, *illusio*, é sinônimo de “ilusão (SODRÉ, 2009, p. 9)

Para dar continuidade, é importante trazer mais um conceito para conseguirmos enxergar as relações do homem da Antiguidade. Sodré (2009) nos lembra de que mito é a mediação realizada pelo homem deste período. “As ilusões míticas, os véus que cobriam as verdades comuns, mais revelavam do que explicavam o real.” (SODRÉ, 2009). Portanto, o homem antigo narrava os acontecimentos essenciais à conexão das coisas, que constituíam o mundo enquanto forma primordial de sua existência.

Já na Modernidade, o conceito de ilusão mística é substituído pela ilusão metafísica, que o autor lembrou que anos depois, Marx viria a chamar de ideologia. O mito, que, na vigência da história, não mais se deixa narrar, cede lugar à ideologia. Sodré (2009) ressalta que anteriormente, o termo era entendido não como representação social organizada, mas sim com uma montagem racionalista das significações, com meios de expressão objetivos e claros.

Ao longo dos séculos, a palavra foi ganhando diversos significados, como de falsa consciência e de visão de mundo. Mas, Sodré (2009) lembra que há um conceito que ainda persiste: “uma espécie de índice das posições diferenciais dos discursos, por parte de sujeitos individuais e coletivos.” (SODRÉ, 2009).

Primeiramente, no sentido de representação com um viés hegemônico - um sistema de ideias ou pensamentos organizados, por parte de um grupo ou indivíduo, portanto, um instrumento doutrinário diferencial da classe em ascensão, sujeito às distorções da realidade ou dos fatos em favor da argumentação. Em termos resumidos, ideologia significa aqui a luta discursiva que se trava para decidir quem domina. (SODRÉ, 2009, p. 10)

Posteriormente, ideologia ganhou o sentido de sistema de decisões discursivas sobre axiomas da realidade, articulado com a ordem produtiva. (SODRÉ, 2009). Ou seja, a forma que os conteúdos assumem na vida social, com vistas à produção de sentido. “Ideologia é aqui uma força de integração social. Com este viés, pode adquirir valor cognitivo, desde que se deixe bem claro o que se quis com o termo.” (SODRÉ, 2009).

Segundo Rangel (2006) a função do jornalismo é rerepresentar a realidade tendo como função ser uma janela de informações para o receptor. E não fazer do real e factual um espetáculo que atende a uma demanda de lucro ou interesse. O jornalismo não pode perder sua função social e se tornar um problema de comunicação.

Vera Regina Veiga França, no texto *Construção Jornalística e Dizer Social*, reposiciona a questão. Para ela, há bastante tempo, se busca identificar e compreender a inversão dos meios de comunicação na sociedade de massa. “Os meios deixaram de ser vistos como uma instância neutra e passaram a ser tornados na sua natureza ideológica e de classe, instrumento de poder político e econômico como sua esfera de dominação”. (RANGEL, 2006).

Ainda assim, os princípios básicos do jornalismo como clareza, objetividade e imparcialidade, não parecem se perder dentro de uma notícia. Mas sim seu significado informativo parece ter direção, perseguindo outros interesses, explica Rangel. Com isso sua importância é ratificada e explicita seu significado. “O jornalista deve saber que não existe sociedade de massa e ainda, democrática, sem o direito à informação com imparcialidade. A informação sincera é, fundamentalmente, a função do jornalismo”. (RANGEL, 2006).

2.2 SOCIEDADE E ESPETÁCULO

Segundo Guy Debord (1997), o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas mediada por elas. Segundo o autor, na sociedade do espetáculo a mediação também é espetacularizada. Fatos e acontecimentos que deveriam ser noticiados com seriedade e imparcialidade são emitidos conforme interesses organizados por trás da informação, ou seja, pelo lucro. Assim, o espetáculo cria – em jornais, revistas e emissoras televisivas – um grande “palco” onde não parece mais importar como notícia deve ser passada, apenas que deve ser veiculada com “êxito”.

Rangel (2006) afirmou que foi assim que também aconteceu durante a cobertura feita sobre a morte de João Paulo II, já que o *Correio Braziliense* publicou várias matérias como se o papa, até então hospitalizado, já estivesse morto. “Em manchetes como ‘Os

desafios do próximo papa' fica fácil perceber que o espetáculo torna-se mais original do que o que o fato original. Ou seja, mesmo antes de morrer, as notícias eram transmitidas com um tom de espetacular, que mesmo vivo, o papa parecia já estar morto.” (RANGEL, 2006, p.5). Sendo assim, disse o autor, o “vivo-espetacular” de João Paulo II era a sua morte. E o “barulho” que se fez vendeu muitos jornais, que não foi diferente quando de fato o papa morreu. Assim, confirma-se a lógica do espetáculo:

O nosso tempo prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser. O espetáculo considera que ilusão e sagrada, a verdade é profana. E mais: a seus olhos o sagrado aumenta à medida que a verdade decresce e a ilusão cresce, a tal ponto que, para ele, o cúmulo da ilusão fica sendo o cúmulo do sagrado. (DEBORD, 1997 *apud* RANGEL, 2006, p.5).

Com isso, surgem vários questionamentos sobre o papel social da mídia e do jornalismo, que padecem e não prestam seu devido papel na sociedade. (RANGEL, 2006, p.6). Segundo o autor, a mídia media os conflitos sociais, o que dá a ela um poder de defensora da ética. “A mídia e o jornalismo padecem porque as informações estão sendo tratadas como mercadoria. Informações que deveriam ter valor imparcial, factual e muitas das vezes, de utilidade pública, agora fazem parte de um espetáculo que manipula a informação como um jogo”. (RANGEL, 2006). Esse jogo faz do real o hiper-real e afasta cada vez mais jornalistas da origem de suas matérias. Guy Debord (1997) afirma que a perda de qualidade acontece em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza às atitudes que ela ordena. Sob todos os pontos de vista, a forma-mercadoria, segundo Debord, a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo.

Rangel (2006) defende que a hipérbole do espetáculo só pode se desenvolver sobre si própria, ou seja, é claro que a linguagem espetacular traz uma perda de qualidade nas matérias realizadas hoje.

O fato de se usara realidade, ou informações reais de forma espetacular para se conseguir lucro ou objetivos de determinados interesses, “brinca” com o sério e zomba de uma sociedade que, acostumada ao circuito da noticiabilidade e à alienação, não percebe tais estratégias. (RANGEL, 2006, p.6)

Isso ocorre porque a forma espetacular é, quando transmitida, real para o receptor. “Real devido à grande quantidade e retificação da informação, devido ao quantitativo-espetacular das informações mediadas por grandes personalidades e imagens” (RANGEL, 2006, p.6).

Conforme Rangel (2006), para quem emite a informação, a forma-espetáculo, é muitas vezes a forma mais eficaz de se ganhar dinheiro. Sendo assim, o jornalista para estar no meio de produção, para viver, participa do espetáculo muitas vezes sem ter consciência

disso. “Mesmo assim não é possível fazer uma oposição abstrata entre o espetáculo e a atividade social efetiva”. (RANGEL, 2006, p.6-7).

Debord diz que o espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto do mundo vivido. Segundo o autor, a realidade vívida é, ao mesmo tempo, materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. (DEBORD, 1997 *apud* RANGEL, 2006, p. 7). Assim, a realidade objetiva será presente nos dois lados. “Ela é estabelecida e cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real” (RANGEL, 2006, p. 7).

De acordo com Rangel (2006), não é possível se opor aos acontecimentos-espetáculos, nem contra uma informação espetacular. “A informação, que só é notícia se tem determinado interesse, é efetivamente social quando altera ou explica a vida de determinado público ou pessoa receptora da informação.” (RANGEL, 2006, p.7). Dessa forma, o que acontece, segundo o autor, é que o espetáculo faz com que essa informação se transforme em um produto e chegue de forma distorcida. Ou seja, o espetáculo consegue mesmo transformar-se em real. “E por ser de natureza espetacular, ela é contemplada pelo público receptor como uma boa forma de transmissão, aderindo-se de forma positiva pelo público, muitas vezes sem que percebam essa inversão, transformação”. (RANGEL, 2006, p. 7).

A informação surge de fatos e determinados interesse reais, e é transmitida de forma tão espetacular que o espetáculo se torna real. “Assim, é quase certo afirmar que fazer um alienado global acreditar que tal notícia espetacular, transmitida no Jornal Nacional, não é necessariamente correta, é praticamente impossível” (RANGEL, 2006, p.7).

Debord afirma, ainda, que

A sociedade que se baseia na indústria não é fortuita ou superficialmente espetacular, ela é fundamentalmente espetacular, ou seja, além de ser espetacular no sentido de produzir de informações o espetáculo é a imagem da economia reinante, o fim não é nada, o que desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que seja ele mesmo (DEBORD, 1997, p.17).

Não se pode dizer que a mídia é um espetáculo, segundo Rangel (2006), pois ela é uma indústria do espetáculo, no sentido de que, ela sabe muito bem lidar com ele. É como uma novela onde quanto mais se cria mais excitante e espetacular ela fica. O caso da morte do papa João Paulo II foi espetáculo, afirmou o autor, pois até a sua morte foi criada uma verdadeira novela nuançada pelo tem espetacular. “No entanto, para que o espetáculo seja constante, para que não tenha fim, ele se estende até onde pode para refluir novamente em si mesmo; no espetáculo”. (RANGEL, 2006, p.8).

No caso do papa, apesar do espetáculo ter-se tornado real e de fato João Paulo ter “morrido” antes de efetivamente morrer, é praticamente correto dizer que toda “a mídia, em seu uso forma-mercadoria e espetacular, adoraria que o papa demorasse mais a morrer”. (RANGEL, 2006, p.8). Como Debord (1997) ressaltou que o espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. “Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetificação infiel dos produtores.” (DEBORD, 1997, p. 17).

Dentro de um sistema econômico que vincula informação e entretenimento, pode se dizer que o espetáculo é a principal produção da sociedade atual. São filmes, novelas, documentários, noticiários e “diversas mídias que produzem a ‘enganação’, distraindo o público receptor que, sorrindo, toma pra si o espetáculo sem perceber o que perde e o mal que ganha ao aceitar pra si a lógica do espetáculo.” (RANGEL, 2006, p. 8).

Podemos afirmar que um dos aspectos centrais da sociedade atual seria a forte associação entre mídia, cultura e consumo. Na visão do autor norte-americano Douglas Kellner, a constituição dos modos de ser e viver são hoje, em grande parte, condicionados pelos padrões e modelos fornecidos pela mídia.

Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais e fornecendo o material com que as pessoas forjam a sua identidade (KELLNER, 2001, p.9).

O autor esclarece que a cultura da mídia é industrial e que seus produtos são mercadorias que visam aos dos gigantescos conglomerados midiáticos que a controlam. “A cultura da mídia organiza-se com base no modelo de produção de massa e é produzida para a massa de acordo com tipos, segundo fórmulas, códigos e normas convencionais” (KELLNER, 2001, p.10).

O grande produto oferecido pela cultura da mídia é o entretenimento, que espetaculariza o cotidiano para seduzir as audiências e levá-las a identificar-se com as representações sociais e ideológicas nela presentes. No livro, A sociedade do espetáculo, o autor Guy Debord (1997), apresenta a noção de espetáculo como “uma forma alienante de manipulação ideológica e econômica que nutre uma cultura de lazer e entretenimento fácil, visando à pacificação das massas proletárias”. (DEBORD, 1997)

Nesse contexto, o espetáculo funcionaria como um duplo do mundo, operando com regras próprias e inexoráveis em prol da despolitização e pacificação do público. O autor pensa no espetáculo como um mecanismo de passividade e alienação, “o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social” (DEBORD, p. 42, 1997).

Fortemente influenciado pelas ideias de Debord, Kellner também entende que a vida cotidiana seria permeada por diferentes níveis de espetáculo. O espetáculo é “um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana” (CASTRO, 2007 *apud* KELLNER, 2001, p. 199). O conceito se estende a outros campos como o comércio, o esporte, a moda, a arquitetura, o erotismo entre outros. O autor acredita que o tempo e os avanços tecnológicos faz que as formas de espetáculo evoluam.

Sodré (2009) com muita propriedade nos lembra de que a imprensa mostra-se ideológica em mais de um sentido ao se tornar o meio de comunicação preferencial da burguesia. De acordo com o autor, é porque a sua modernidade está visceralmente ligada às exigências históricas que presidem ao fenômeno da construção do mundo por meio do discurso esclarecido.

Às exigências que o mercado livre levava a classe burguesa dominante a fazer a si mesma, desde meados do século XVII, com vistas a produzir uma racionalidade universal para o ato de fala, em que a legitimidade do enunciado proviesse da própria razão discursiva e não do lugar privilegiado do falante. Desde então, a imprensa ocidental alimenta-se, em seus melhores momentos, de uma ideologia da transparência pública. (SODRÉ, 2009, p. 11).

O conceito europeu de “esfera pública” se referia ao espaço em que a ideologia ou a racionalidade burguesa se materializava em instituições como, cafés, clubes, revista, jornais, para gerar um discurso político crítico e democrático. “A palavra ‘pública’ pode levar a enganos de entendimento, porque não se trata de um mero espaço de comunicação, e sim de uma exterioridade dinâmica, um território marcado por linhas de força.” (SODRÉ, 2009).

Segundo o autor, o jornalismo é apenas uma das atividades no interior dessa esfera, que descentram as subjetividades sociais, deslocando-as de suas posições fixas, transformando-as por meio da circulação transitiva de ideias. (SODRÉ, 2009, p. 11).

Mesmo em seus momentos panfletários ou em seus manifestos típicos do publicismo, a imprensa queria de algum modo, esclarecer um público, ora trazendo à luz o que se ocultava nos desvãos do poder como “segredos de Estado”, ora tentando fazer passar uma ideia ou uma causa como indutoras de modernização e progresso.

Emergindo historicamente na passagem do Estado absoluto ao Estado de direito, como porta-voz dos direitos (civis) que inauguram a modernidade da cidadania, a imprensa traz consigo a novidade ideológica da liberdade de expressão, mas sem abandonar por inteiro a garantia de alguns velhos recursos mitológicos. (SODRÉ, 2009, p. 12)

Para exemplificar, Sodré (2009, p.12) frisa a construção da imprensa como uma entidade mítica que administra a verdade dos fatos sociais, e mais, a retórica encantatória na narração fragmentada sobre a realidade. Portanto, segundo o autor, cabe à imprensa assegurar

ao cidadão a representatividade de suas palavras, de seus pensamentos particulares, garantindo assim a sua liberdade civil de exprimir-se ou manifestar-se publicamente. “Essa função, que é a virtude intrínseca do jornalismo, lastreia eticamente o pacto implícito na relação entre os meios de comunicação e a sua comunidade receptora.” (SODRÉ, 2009, p. 12).

Sendo assim, seja no jornalismo escrito ou no eletrônico, o dever do jornalista para com o público-leitor é noticiar uma verdade, reconhecida como tal pelo senso comum, desde que o enunciado corresponda a um fato, selecionado por regras hierárquicas de importância.

Se o jornalista não se especifica editorialmente como comentarista (*comment* é algo diverso de News), o seu enunciado “noticioso” obriga-se a explicitar a distinção entre informação pura e opinião, isto é, o relato supostamente imparcial e objetivo de um acontecimento e a tomada de posição subjetiva sobre a natureza do fato. (SODRÉ, 2009, p. 12)

A partir da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, que constituiu que a única de todas as liberdades que não pode ser suspensa é a de imprensa, por funcionar como uma efetiva condição das outras, Sodré (2009) afirma que foi assim que a imprensa livre pôde ser reconhecida como obra do espírito objetivo moderno e, deste modo, constituiu um pano de fundo ético-político que “tornaria escandaloso para a consciência liberal, em qualquer parte do mundo, o fenômeno do jornalismo sensacionalista, ou tornaria condenável pela consciência moral do jornalista o falseamento ou o encobrimento da verdade factual”. (SODRÉ, 2009).

2.3 ESPETACULARIZAÇÃO DA NOTÍCIA

Samira Moratti Frazão (2007) afirma que além de necessitarem de informações para saber as medidas que deverão tomar ou como deverão agir, os indivíduos também precisam de divertimento e entretenimento, o qual também pode ser obtido através dos meios de comunicação. A autora ressalta que a televisão proporciona tanto informação quanto entretenimento, mas com uma vantagem. “[a televisão] une imagens em movimento, muitas vezes em tempo real, somando-se a isso o fator som, para expressar conceitos, informar ou entreter.” (FRAZÃO, 2007).

Frazão (2007) faz um comparativo entre a televisão e os demais meios de comunicação para confirmar a vantagem do televisor. “O rádio, por exemplo, apenas emite som, enquanto que os jornais e revistas possuem imagens e leitura, mas de forma estática.”,

(FRAZÃO, 2007). Sendo assim, os ouvintes/leitores “imaginam” o que ouvem/leem para interpretar e compreender a mensagem.

Os programas exibidos pelos canais abertos mesclam informação mais distração, na maioria das vezes, diz Frazão (2007). “Desde os noticiários aos programas de auditório, a TV promove sensações e vivências cada vez diferentes aos telespectadores.” (FRAZÃO, 2007, p.2). Conforme a autora, o ser humano é atraído pelo diferente, ousado, ou seja, pelo que são espetacular, fora do comum, apesar de se adaptar com a rotina, por isso, pessoas gostam de assistir filmes de terror ou aventura, ou mesmo ver cenas de fatos reais pelo noticiário, envolvendo guerras, violência ou corrupção.

Sendo assim, ressalta Frazão (2007), os canais de televisão almejam diversificar dia após dia o conteúdo repassado aos telespectadores, a fim de manter a audiência desejada, ou seja, fidelizar, permanentemente, o seu público.

Com a finalidade de se obter audiência, cada vez mais os canais de televisão propõem uma programação voltada para o sensacionalismo, além de incentivar esta prerrogativa na mente das pessoas. Desta forma, o público preferirá assistir e, conseqüentemente, render audiência a programas nos quais a pauta do dia seja tudo o que é fora do comum, onde se explora o que é “novo”, desejado, atraente. (FRAZÃO, 2007, p.2)

O espetáculo é criado para tentar realizar uma busca para mascarar a realidade do telespectador. “A ‘conversão’ da realidade em espetáculo acontece de forma constante, indiretamente, com o propósito de que o telespectador não saiba da realidade tal qual ela é.” (FRAZÃO, 2007). Para compreender a correlação entre mídia e espetáculo, a autora citou uma analogia do escritor Eugênio Bucci sobre telejornalismo e as novelas.

O noticiário da atualidade constrói pequenas novelas diárias ou semanais cujos protagonistas são tipos da vida real absorvidos por uma narrativa que funciona como se fosse ficção. Programas jornalísticos na televisão desenvolvem-se como se fossem filmes – de ação, de suspense, de romance, de horror. (...) a sequência dramática do telejornalismo é precisamente melodramática, segue a estrutura das narrativas das telenovelas, que fundaram no público nacional o ato de ver televisão. É esse o estilo brasileiro pelo qual a imagem preside a notícia. O massacre de trabalhadores sem-terra em Eldorado dos Carajás, no interior do Pará, em abril de 1996, só foi a manchete porque veio acompanhado de cenas vibrantes. (BUCCI, 2000 *apud* FRAZÃO, 2007, p. 5).

O público, diz Frazão (2007), na ânsia de ver o “próximo capítulo” do espetáculo da vida “real”, assiste diariamente as notícias, refletindo-as muito superficialmente. “E, dessa forma, a televisão cria uma atmosfera na qual o público absorve aquilo que os donos dos grandes canais de TV desejam que seja absorvido, como se fosse o real acontecimento dos fatos.” (FRAZÃO, 2007).

2.4 ESPETACULARIZAÇÃO DA MORTE

Tratando-se da espetacularização da morte, Rangel (2006) afirma que há quem diga que o espetáculo em torno da morte do Papa João Paulo II se aplica pelo fato deste pontífice se expor demais que os anteriores e de ter sido uma grande personalidade. Ele foi considerado o papa mais popular na história dos papas, mas a forma como a mídia trata a morte, principalmente de grandes personalidades não é justa. (RANGEL, 2006, p. 10).

Rangel (2010) afirma que é certo dizer que muitos jornais e veículos fizeram questão de realizar uma boa cobertura para aumentar sua credibilidade. “Mas no caso da morte do Papa o espetáculo foi abusivo. Toda a imprensa e mídia usaram imagens de grande impacto que, desde sua hospitalização, antecipavam a pergunta sobre quem seria seu sucessor”. (RANGEL, 2006, p. 10). Jornais e revistas estampavam suador, expunham-no à morte e, quando morreu, usaram-na como motivo para mais espetáculo. Neste movimento, retificado da notícia, Guy Debord aponta que o espetáculo se desenvolve por si próprio.

Maurice Mouillaud explica que a mídia tem dois grandes mortos, os banais e os exclusivos. Os mortos banais são aqueles do cotidiano jornalístico, que tem diferente posição na mídia, conforme seja mortos crônicos, acidentais, privados ou públicos. Já os mortos exclusivos são aqueles onde se percebe que sua morte é uma informação única. É aquela que tem lugar “privilegiado” no jornal e na mídia. “O morto se torna um flash”. Basta uma frase com o seu nome, o verbo de ligação e o predicado para produzir uma notícia. Ainda mais quando se trata da morte de uma personalidade como o Papa, o despojamento é o atributo primário a ser percebido. (RANGEL, 2006, p. 10). A grande morte na mídia é repentina, surge do nada e a mídia capta sem perceber.

Rangel (2006) disse que assim como as notícias espetaculares sobre a morte do papa, a notícia ao ser publicada passa, ela própria, a significar. “É como a visão da morte que ela não vai chegar. O tempo da mídia da morte é construído ao avesso do tempo clássico; ao fluxo da fala com um acompanhamento de um ‘futuro morto próximo’, e se opõe um momento instantâneo (fotográfico) que não faz sentido algum”. (RANGEL, 2006, p.11).

Atualmente, a morte na mídia é instantânea. E no caso de um papa ainda mais. “Informações praticamente em tempo real nos dão a certeza de que se alguém importante morrer basta poucos minutos e até segundos para que a mídia toda saiba e possa divulgar”. (RANGEL, 2006, p. 11).

A propósito, a morte do Papa serve de exemplo para mostra como a mídia em geral constrói realidades com “eventos” indispensáveis ao mundo capitalista em que se

inscrevem. “O jornalismo poderia ter buscado socializar a informação de que ele havia morrido, e não usado desse fato para produzir mais informação. A função do jornalista não é gerar conteúdo, mas ter competência para relatar bem o acontecimento”. (RANGEL, 2006, p.12). Em suma, dar a conhecer ao público aquilo que não é público até então.

O que se percebe atualmente, segundo o autor, é que a notícia, que trata de eventos ocorridos por definição, agora dá continuidade a si mesma por meio do espetáculo. “A notícia constrói um futuro dentro de sua própria informação. No caso do papa, a notícia construiu um futuro, e a informação que era sua morte, já espetacularizada, seguiu-se ao questionamento sobre quem seria seu sucessor”. (RANGEL, 2006, p.12).

Conforme o autor, embora esse processo de construção social dependa dos conteúdos da mídia e dos discursos jornalísticos, é errado pensar que essa construção não tem a participação do público receptor, ponderou Rangel. Segundo o autor, a notícia é uma realidade social construída, mas não é mais que uma das realidades que os indivíduos constroem todos os dias. (RANGEL, 2006, p. 12).

No texto *Delimitações, Natureza e funções do discurso midiático*, o professor e doutor pela Universidade Nova Lisboa, Adriano Duarte Rodrigues, discute as funções e objetivos do discurso da mídia. Segundo ele, o discurso não é uma das funções entre outras da mídia. A mídia produz discursos como pintores pintam telas, os músicos compõem músicas, os arquitetos projetam edifícios. Para Rodrigues, a mídia tem no discurso seu objetivo e sua expressão final. Dessa forma, “o discurso midiático se apresenta como único, acabado e sem mais ou menos modificações, o que é enganador.” (RANGEL, 2006, p. 13)

O discurso midiático, segundo Rangel, é diferente do cotidiano, pois estes são espontâneos e, para tê-los como discurso, passa-se por uma série de esperas, mudanças, hesitações. “Já o discurso midiático não, ele apresenta enunciados que se mostram finalizados, ele flui constantemente e não mostra suas condições de produção”, (RANGEL, 2006, p. 13). Com isso, o discurso midiático consegue persuadir o receptor e camuflar seu verdadeiro enunciado, que passa despercebido e acaba sendo aceito pelo público.

O jornalismo, então, segundo Rangel, deixa de ser uma forma específica de conhecer o mundo ligado ao “aqui e agora”. “A informação hoje gira em torno da velocidade. Por isso, questionar a formação e a postura do jornalista perante o mundo e o público é importante”. (RANGEL, 2006, p.13). O jornalismo deve ser humano, e não uma máquina trituradora de objetos da vida humana tem que honrar o compromisso sério há séculos firmado com a sociedade. “Assim, usar o termo ‘função social’ dentro do jornalismo é correto e necessário”. Talvez se encaixe melhor o termo ‘missão’, porque é como uma missão

que o jornalismo se põe diante dos acontecimentos, para melhor compreender o mundo tecnológico, social, econômico e político de seu tempo. (RANGEL, 2006, p. 13).

Já Antônio Fausto Neto em sua obra “Mortes em Derrapagem – Os casos Corona e Cazuza” (1991) afirma que a comunicação não é somente, um campo de repasse de conteúdos, mas ela também se converte em dispositivo de produção de realidade e de conhecimento. (NETO, 1991, p. 14).

Portanto, segundo o autor, a comunicação de massa, por meio de suas leis próprias, diariamente fala, entre outros significantes, da morte. “A morte comparece na mídia, e por ela é mostrada, segundo as embalagens próprias das hierarquias editoriais.” (NETO, 1991, p.14). Dessa forma, Neto diz que é nesta circunstância que diferentes mortes comparecem, diariamente, nas diferentes páginas de jornais e nos espaços rádio-televisivos. “Ricos, pobres, pessoas, ‘olimpianos’ de diferentes matrizes, funcionam como espécie de insumos da ‘economia discursiva’ da comunicação, segundo as diferenças que caracterizam os múltiplos sistemas de operação.” (NETO, 1991, p.15).

Cada sujeito é objeto, ao nível do discurso, de processos simbólicos singulares, que neste caso, tornam a particularizar a morte do corpo, porém de sujeitos sociais diferentes (NETO, 1991, p. 15).

A mídia sofre “injunções” da diferenciação social que marca os sujeitos na vida e na morte. Ao mesmo tempo ela “espelha” tais diferenciações, orquestrando rituais e poderes que tratam de agonizar a penúria das relações sociais, ela também cria suas hierarquias, para tratar e, finalmente, construir a morte de seres humanos socialmente diferentes. (NETO, 1991, p.15)

Portanto, conforme Neto (1991, p.15), além de constituir a morte um dos eixos do discurso da atualidade, a mídia dá vigor às regras de funcionamento do simbólico social, onde o jornalista é apenas o instrumento, modelando o imprevisto ou o “anormal” das regras que tratam de dar significado a morte de várias maneiras particulares.

(...) Seria muito ingênuo que a desigualdade dos homens diante da vida não se traduzisse em desigualdade diante da morte. Alguns mortos inspiram comoção profunda, verdadeiros colapsos sociais; outros passam quase impercebidos, desprovidos de posteridade. Alguns permanecem nomeados e identificados, transformados em gênios, santos ou divindades (...). Outros se volatizam (...). Para cada morte particular estão socialmente prescritas as emoções a sentir, os ritos a praticar, os mitos a evocar. (RODRIGUES, 1985 *apud* NETO, 1991, p.15).

Esta hierarquia, em termos de ordem de importância, funciona, segundo o status e a importância que o morto goza no interior de um sistema social (NETO, 1991). Essa hierarquização pode-se agregar à questão da construção da morte de certa espécie de “superpessoas”, “cuja vida privada é de certo modo pública, cuja vida pública de certo modo é publicizada, cuja vida real de certo modo é mítica” (RODRIGUES, 1985 *apud* NETO, p.15-

16). Estamos nos referindo, aos chamados “olimpianos”, heróis e mitos produzidos pela cultura de massa; espécie de celebridades dos mundos do cinema, da música, da poesia, da política, e, particularmente, no Brasil, da televisão e do futebol.

Se tratando da construção midiática da morte, Neto (1991), revela que ao mesmo tempo em que resvala a morte, vão construindo ou sobrepondo-a a noção de imortalidade. “Conhecimento de causas; produção de explicações; além da ‘veracidade empírica’ dos boletins médicos, designação de culpados; elogios e dramaticidade; cerimoniais e homenagens fúnebres; vinculação de aspectos a outros acontecimentos” (RODRIGUES, 1985 *apud* NETO, 1991, p. 21) são operações que tratam de ir construindo estruturas simbólicas acerca da morte e dos processos que tratam de dar conta de sua recusa.

2.5 OLIMPIANOS E A MÍDIA

Neto (1991) frisa que a vida e a morte dos stars constituem o “charme” e a possibilidade de sucesso das edições de meios impresso e audiência de suportes audiovisuais, ao mesmo tempo em que são por eles construídas. “Tal constituição se dá pelo papel que têm publicações e emissões especializadas, dando conta da vida pública e privada dos ‘olimpianos’, e, igualmente, pelo efeito do qual resulta o processo de semantização construído pelos meios de comunicação.” (NETO, 1991, p. 41).

Em suma, as “estrelas” aparecem “pilotando edições”, pois, por exemplo, são figuras recorrentes de capas e manchetes principais. Neto (1991) entende que elas funcionam como uma das condições de produção para o funcionamento de comunicação de massa. Além disso, como citamos anteriormente, ao mesmo tempo em que serve de “combustível” para a mídia, os olímpianos são fomentados por ela. É como o autor vai tratar como “estruturas-mercadorias” da atividade da comunicação de massa.

Tais mercadorias não se localizam apenas no suporte em si, ou nos conteúdos que eles veiculam, ao nível de representações sociais, mas na própria potencialidade que têm esses corpos importantes, no sentido de virem a ser objeto de identificação, projeção e imaginação do campo da recepção. Para não dizer, simplesmente, estruturas mitológicas ou produtos-personagens altamente estratégicos na vendagem da mídia. (NETO, 1991, p. 42)

Enfim, refletir e escrever sobre o que é notícia e sobre como se deve passar à notícia, sendo ela a morte de uma grande personalidade ou não, faz pensar que as notícias não têm neutralidade ou imparcialidade, atributos até então básicos para um jornalista. A seleção dos fatos que se tornam notícia e sua objetividade é hoje um complexo exercício de

antecipação do cotidiano, é um teste de caráter, ética e sensibilidade que desmente mitos e arranca máscara na vida de muitos profissionais do jornalismo.

3 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

Para compreender os critérios de noticiabilidade, é necessário entender o que leva um fato a se tornar notícia. Para isso, Sodré (2009) nos apresenta o seguinte “factóide”: “Um cão da raça pitbull foi atacado e mordido, ontem, em plena praia de Ipanema, por um homem de meia idade”.

Segundo o autor, nos valeremos deste recurso para obter, comparativamente, um conceito, “com o fato hipotético que há muito serve de paradigma para a definição de notícia jornalística: ‘o homem mordeu o cachorro.’ ” (SODRÉ, 2009, p. 20).

Sodré (2009) avalia que o nosso factóide aumenta deliberadamente a anomalia do fato - ataque insólito do homem ao animal e, ainda por cima, a uma raça considerada muito agressiva - com vistas à obtenção de um conceito consensualmente difícil, lembra o autor que “não obstante a importância da notícia no chamado império do jornalismo, ninguém conseguiu defini-la satisfatoriamente. Os teóricos dizem como ela deve ser, mas não como realmente é” (ERBOLTATO, 1985 *apud* SODRÉ, 2009, p.20). Com esta dificuldade, a frase do jornalista norte-americano Amos Cummings, ex-editor do *The New York Sun* (“se um cachorro morde um homem, não é notícia, mas, se um homem morde um cachorro, é notícia”) inseriu-se na tradição das redações de jornais como uma fórmula de adequada a prática profissional, orientada pelo valor de excepcionalidade, de raridade ou de ruptura do padrão rotineiro de expectativas quanto aos fatos sociais¹. Por isso, alias a notícia do menino que mordeu o animal, perdendo um dente “canino”, fala de uma “inversão” da lógica (SODRÉ, 2009, p.21).

Sendo assim, a este critério lógico de interesse, tanto para leitor como para o jornalista, acrescentam-se os seguintes “valor-notícia”: atualidade (no exemplo citado, “ontem”), proximidade (“na praia de Ipanema”), impacto (o cachorro em questão é mais forte do que um indivíduo comum) e interesse público (tornou-se notória a agressividade da raça pitbull). (SODRÉ, 2009, p.21).

Os valores que sustentam a noticiabilidade de um fato – ou seja, a condição de possibilidade para que este venha a transformar-se em notícia – podem variar segundo o lugar do fato, do nível de reconhecimento social das pessoas envolvidas, das circunstâncias da ocorrência, da sua importância pública e da categoria editorial do meio de comunicação. Se um cachorro morde o presidente da República, haverá certamente notícia. (SODRÉ, 2009, p. 21-22).

¹O *The New York Sun*, fundado em 1883, é o primeiro exemplo de imprensa massiva nos Estados Unidos. Foi responsável pela passagem do jornalismo de notas sobre fatos sociais ou políticos de grande importância para o de notícias do gênero *fait-divers*.

Para Sodré (2009), se partimos daqueles critérios, consultando ao acaso um manual de jornalismo, “encontraremos definições recorrentes de notícia no mundo do jornalismo, como, ‘notícia é tudo o que o leitor precisa saber’; ‘Notícia é tudo aquilo de o público quer falar; quanto mais comentários provocar, mais valor tem’; ‘a melhor notícia é a que interessa ao maior número de leitores’” (VIVALDI, 1974 *apud* SODRÉ, 2009, p. 22). Porém, Sodré (2009) as define como precárias, pois, na realidade, não são definições, mas descrições de uma prática profissional. Para ele, geralmente, essas definições se distinguem pelo peso que cada uma delas atribui a um aspecto da notícia:

Pode-se, assim, privilegiar o próprio ato comunicativo: “notícia é o relato de um fato, de uma ideia ou de uma situação atuais na comunidade”; acentuar a frequência diária: “é o relato de fatos que aconteceram nas últimas vinte e quatro horas”, também, a factualidade: “Gênero jornalístico por excelência que dá conta, de um modo sucinto, mas complexo, de um fato atual ou atualizado, digno de ser conhecido e divulgado, e de inegável repercussão humana”, senão, a novidade: “É tudo o que interessa e que não se sabia antes”; ou então, a natureza do interesse e do destinatário: “nova informação a respeito de um assunto que possui algum interesse público e que é transmitida para uma porção deste público”. (SODRÉ, 2009, p. 22)

Conforme o autor, a lista é grande, assim como a imprecisão conceitual, seja devido à dificuldade inerente a critérios internos da prática profissional, seja pela precariedade teórica (SODRÉ, 2009). Mas, ele frisa que a própria necessidade teórica de uma definição pode ser colocar de lado, como ocorre no ambiente profissional, onde já se diz mesmo que as operações de noticiabilidade são “basicamente instinto”. (SODRÉ, 2009).

Para Sodré (2009), um teórico pragmatista questionaria essa indagação sobre “o que é” e optaria por saber “o que se faz”, tanto os profissionais de imprensa quanto seu público leitor, com isso que se convencionou chamar de notícia. Conforme o autor é admissível até mesmo o critério da dignidade do fato, expresso no slogan do jornal norte-americano *The New York Times*, geralmente tido como o jornal mais influente do mundo: “All the News that’s fit to print”, ou seja, “todas as notícias dignas de se publicar”. Naturalmente, essa dignidade é definida pelo arbítrio profissional, como reconhece Beltrão: “Notícia é a narração dos últimos fatos ocorridos ou com possibilidade de ocorrer, em qualquer campo de atividade e que, no julgamento do jornalista, interessam ou têm importância para o público a que se dirigem.” (BELTRÃO, 2006 *apud* SODRÉ, 2009, p.23).

Em meio à crise evidente das formas tradicionais de jornalismo diante da circulação de informações por meio da internet em tempo real e fluxo contínuo, “o estatuto conceitual da notícia suscita considerações da ordem prática para a corporação editorial, inclusive a de saber se os tradicionais produtores do texto jornalístico ainda podem determinar em última análise o que é ou não uma notícia”. (SODRÉ, 2009, p.23).

Na tentativa de trazer alguma luz para questão, Sodré (2009) afirma que notícia é o relato de algo que foi ou que será inscrito na trama das rela es cotidianas de real-histórico determinado. O autor cita a alega o do fundador do primeiro canal internacional de notícias, a CNN (Cable Network News), Ted Turner, que disse que o tempo do passado (“aconteceu”) deslocou-se para “algo que está acontecendo” na era da globaliza o. De fato, comentou Ford, “o desenvolvimento tecnológico tem permitido não apenas que se registre um acontecimento em todos os seus aspectos, ainda que a partir de distâncias físicas consideráveis, mas também que este seja transmitido simultaneamente a qualquer parte do globo” (FORD, 1999 *apud* SODRÉ, 2009, p. 24).

Sendo assim, algo socialmente significativo ocorreu ou está ocorrendo, tenta-se reconstituí-lo com vistas à comunica o a um público determinado e, para isso, se lança mão de uma fórmula retórica, (...) que consiste em responder a perguntas básicas (...) quem, o quê, como, quando, onde, por quê, (...) como sequência germinal de toda narrativa e estrutura constante da notícia moderna. (SODRÉ, 2009, p.24)

Conforme Sodré (2009), a notícia é mesmo uma forma incipiente da “economia da aten o” que terminou caracterizando a m dia contemporânea. Tornou-se um produto, cuja identidade mercadológica se configura a partir dos meados do século XIX, “no momento da transi o do publicismo ou ‘jornalismo de opinião’ para a ‘imprensa comercial’, voltada para um público massivo, suscetível de sustentar grandes tiragens e assegurar lucro”. (SODRÉ, 2009, p.25)

A notícia-mercadoria desenvolve-se de forma modelar na imprensa norte-americana, cuja liberdade   publicamente proclamada pelo poder político como garantia do direito civil de livre expressão e de representa o da realidade cotidiana (SODRÉ, 2009). Porém, ponderou o autor, atualmente, com a vigência da m dia eletr nica de massa, se tem consciência de que a notícia não apenas representa ou “transmite” aspectos da realidade, mas de que ela também é capaz de construir uma realidade própria. “Isto não quer dizer que todo e qualquer acontecimento seja um mero artefato midiático, independente da dinâmica social, e sim que a m dia também produz efeitos no real”. (SODRÉ, 2009, p. 25).

De acordo com o autor, dessa forma, essa produ o trata-se de um modelo construtivista do newsmaking (noticiabilidade), segundo o qual o jornalismo não é reflexivo, mas uma constru o social de uma realidade específica. Sendo assim, pontua Sodré (2009, p.26), da cultura profissional dos jornalistas, da organiza o geral do trabalho e dos processos produtivos, surgem os relatos de fatos significativos (“acontecimentos”) a que se d  o nome de notícias.

Ao longo dos últimos cinquenta anos, as diversas teorias da notícia que foram avançadas, ilustram bem a complexidade do assunto e oferecem diversas explicações.

Apesar de cada teoria ter os seus destaques, apontam para uma série de fatores como o tempo, os constrangimentos organizacionais, as rotinas instituídas, e o crescente peso do fator econômico, ou, para ser mais preciso, o “pólo” econômico do campo jornalístico, para mencionar as principais forças que ajudam a construir o produto jornalístico. (TRAQUINA, 2008, p. 13).

Segundo o autor, não é possível compreender as notícias sem uma compreensão da cultura dos profissionais que dedicam as suas horas e, às vezes, as suas vidas, a esta atividade. Portanto, para a compreensão das notícias é necessário conhecimento da cultura jornalística. “Dito doutra maneira, não é possível compreender porque é que as notícias são como são sem uma compreensão dos profissionais que são os ‘agentes especializados’ do campo jornalístico.” (TRAQUINA, 2008, p.14).

3.1 O PODER DO JORNALISMO

De acordo com Traquina (2008), no início do século XXI era comum salientar o poder da media. O jornalista norte-americano Walter Lippmann no primeiro capítulo do seu livro “Opinião Pública” (1922), intitulado “O mundo lá fora e as imagens de nossas mentes”, defendia que os media são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens que as pessoas têm na cabeça acerca desses acontecimentos, “antecipando-se ao surgimento da teoria do agendamento, que postulava um poder dos media mais limitado”. (TRAQUINA, 2008, p.15).

O conceito, conforme Traquina (2008), de agendamento foi introduzido num artigo dos académicos Maxwell McCombs e Donald Shaw, publicado em 1972 na revista académica “Public Opinion Quarterly”. “A teoria inicialmente postulava que os media podem não dizer às pessoas como pensar sobre os assuntos, mas são bem-sucedidas ao dizer às pessoas no que pensar.” (TRAQUINA, 2008). Após anos de investigações, os académicos aprimoraram o conceito.

Os media não podem não nos dizer o que pensar, mas são surpreendentemente bem-sucedidos quando nos dizem no que pensar (...). Investigações recentes explorando as consequências da marcação de agenda e do enquadramento dos media sugerem que os media não só nos dizem no que pensar, mas também como pensar nisso e, consequentemente, o que pensar. (McCOMB, SHAW, 1993*apud* TRAQUINA, 2008, p. 16).

Como o autor explica, a teoria do agendamento frisa uma forte mudança no “paradigma dominante da teoria dos efeitos dos media e significa uma redescoberta do poder

no jornalismo não só para selecionar os acontecimentos ou temas que são noticiáveis, mas também para enquadrar estes acontecimentos e/ou temas” (TRAQUINA, 2008, p 16). Ele, ainda, ressalta que o conceito de “enquadramento” de Goffman (1975) aplicado às notícias é útil, pois, o estudioso define enquadramento como uma “ideia organizadora central para dar sentido a acontecimentos relevantes e sugerir o que é um tema”. (GOFFMAN, 1975, p. 10-11 *apud* TRAQUINA, 2008 p. 16). Para completar a linha de pensamento, Traquina (2008) relembra que para Gitlin (1980), os enquadramentos dos media são “padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, pelos quais os symbol-handlers organizam o discurso, quer verbal, quer visual”.

A socióloga Gaye Tuchman, em 1976, confirma esse ponto de vista, segundo Traquina (2008, p. 17), pois, conforme a estudiosa, a notícia, por meio dos seus enquadramentos, oferece definições da realidade social, conta “estórias”. (TUCHMAN, 1976 *apud* TRAQUINA, 2008, p. 17). A socióloga notou que, entre eles, os jornalistas falam de “estórias” e não de acontecimentos. “No entanto, os profissionais de notícias resistem ao paradigma da notícia narrativa/construção apesar do fato de os jornalistas se referirem constantemente à notícia como ‘estória’”. (TRAQUINA, 2008, p. 17). Para entender esse ponto de vista, o autor citou o posicionamento de Stuart Hall.

Os jornalistas dizem: “Há um acontecimento; quer dizer alguma coisa. Quem quer que lá esteja perceberá o que é que ele significa. Tiramos-lhe fotografias. Escrevemos um relato sobre ele. Transmitimo-lo tão automaticamente quanto possível através dos media, e a audiência vê-lo-á e perceberá o que aconteceu”. E quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que se pode fazê-lo significar a coisas de um modo diferente, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas, e estes resistem bastante à noção de que a notícia não é um relato, mas uma construção. (destacado no original) (HALL, 1984 *apud* TRAQUINA, 2008, p. 17).

3.2 VALORES-NOTÍCIA

De acordo com Traquina (2008, p. 61), a visão negativa do mundo criada pelos jornalistas tem as suas raízes nos valores-notícia, que os profissionais do campo jornalístico utilizam na seleção dos acontecimentos do mundo real e na construção das “estórias” que contam sobre a realidade.

Os valores-notícias são um aspecto fundamental da cultura profissional. Segundo Golding e Elliott (1978), são importantes elementos de interação jornalística e constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objetos das

notícias, alusões essas que podem ser utilizadas para facilitar à complexa e rápida elaboração das notícias. (GOLDING; ELLIOTT, 1978 *apud* TRAQUINA, 2008, p. 62).

Como já dito no início deste capítulo, estudos sobre o jornalismo demonstram dificuldade em explicar o que é notícia e o quais são os seus critérios de noticiabilidade.

Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícias que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia”. (TRAQUINA, 2008, p. 63)

Para o entendimento do significado do termo “valor-notícia”, o autor ressalta que uma compreensão histórica do jornalismo pode ajudar a entender a importância das “qualidades duradoras”, na expressão de Mitchell Stephens (1988), das notícias. Portanto, iremos ver o que foi notícia em três momentos históricos – os anos 70 do século XX; os anos 30-40 do século XIX; e as primeiras décadas do século XVII. Segundo Stephens, as “qualidades duradoras” das notícias são o extraordinário, o insólito (“o homem que morde o cachorro”), o atual, a figura proeminente, o ilegal, as guerras, a calamidade e a morte. “Que a humanidade tem permutado um mistura semelhante de notícias com consciência através da história e através das culturas criam interesse nestas parece inevitável, se não inato.” (STEPHENS, 1988 *apud* TRAQUINA, 2008, p. 63).

Em 1616, morre o dramaturgo inglês William Shakespeare. Neste período, ainda não havia jornais diários, que iriam surgir no final do século, apenas existia uma forma pré-moderna do jornal, as chamadas “folha volantes”. “As folhas volantes são diferentes dos jornais em primeiro lugar porque são dedicadas habitualmente a um único tema, e não uma variedade de assuntos como os jornais, e, em segundo, não são publicações regulares”. (TRAQUINA, 2008, p.64).

Foi publicado um total de 25 “folhas volantes” em 1616. Um terço delas foi dedicado a um tipo de acontecimento: assassinatos. Outro terço era dedicado às celebridades. Não houve qualquer notícia sobre a morte de Shakespeare (TRAQUINA, 2008). “Na era das ‘folhas volantes’, milagres, abominações, catástrofes, acontecimentos bizarros foram as primeiras ocorrências tratadas nos dias que antecedem os jornais”. (TRAQUINA, 2008, p.64).

Ao longo do século XVIII, nos Estados Unidos, as publicações periódicas, como os jornais, eram dominadas pelo pólo político e os meios de comunicação social eram

essencialmente vistos como uma arma política até o aparecimento da chamada “penny press”² na década de 30 do século XIX. “Nos Estados Unidos, onde Benjamin H. Day lança o New York Sun, e na França, onde Emile de Girardin lança La Presse, começa um novo jornalismo.” (TRAQUINA, 2008, p.67).

De acordo com o autor, o New York Sun dava ênfase às notícias locais, às histórias de interesse humano, e apresentava reportagens sensacionalistas de fatos surpreendentes.

Day contratou um repórter para escrever artigos em estilo humorístico sobre os casos que surgiam diariamente na delegacia. Conseguiu assim redefinir a notícia de maneira a satisfazer os gostos, interesses e a capacidade de compreensão das camadas menos instruídas da sociedade (TRAQUINA, 2008, p.67).

Até a época da “penny press”, pontuou Traquina (2008), as notícias versavam apenas assuntos políticos e econômicos, e o respectivo comentário.

O discurso parlamentar, as cotações da Bolsa, o câmbio, os conflitos militares, as informações comerciais preenchiam o conteúdo da imprensa. O New York Sun não só dava essas informações de forma acessível, como enchia as suas páginas com outros assuntos: histórias de crime, escândalos, tragédias, notícias que o homem comum achava interessantes e divertidas. (TRAQUINA, 2008, p. 67)

No terceiro momento histórico, os anos 70 do século XX, Traquina (2008) pontua que podemos ver a importância das “qualidades duradoras” das notícias com base num estudo de Hebert Gans (1979) sobre os telejornais de três principais cadeias norte-americanas (CBS, ABC, e NBC) no ano de 1967 e as revistas Newsweek e Time em três diferentes anos da década de 1970. Em primeiro lugar, o estudo demonstra a importância do valor-notícia “notoriedade” do ator principal do acontecimento, isto é, a proeminência do ator.

Segundo o estudo de Gans, citado por Traquina (2008), entre 70% e 85% das notícias sobre assuntos nacionais são acerca de pessoas conhecidas, “como o presidente dos Estados Unidos; outras figuras nacionais como os ministros e a família Kennedy, bem como os governadores e os presidentes de Câmaras locais; e pessoas conhecidas envolvidas em escândalos é notícia”. (TRAQUINA, 2008, p. 68). Mas, conforme o autor, as pessoas não conhecidas só são notícias “quando: a) são manifestantes, grevistas ou amotinados – indivíduos que fazem barulho ou provocam tumultos; b) são vítimas de desastres, naturais ou

²O conceito *Penny Press* surgiu nos Estados Unidos com a criação de jornais predominantemente noticiosos, politicamente independentes, com baixos custos, direcionado para pessoas “comuns”, com discursos simples e que acabaram por competir com jornais de elite. Tornou-se popular com o público americano porque, enquanto outros jornais custavam por volta de seis centavos, este custava um centavo.

sociais; c) são transgressores das leis e da moral; e d) são praticantes de atividades invulgares”. (TRAQUINA, 2008, p. 68)

Os dados do estudo apontam que a soma dos três diferentes categorias de notícias, todas ligadas à atividade do governo, nomeadamente: a) conflitos e desacordos dentro do governo; b) decisões e propostas governamentais e cerimônias; e c) mudança de pessoas exercendo funções governamentais, representa entre 45% e 56% dos acontecimentos noticiáveis nos anos de estudos. Para além destas atividades, a principal categoria de acontecimentos é a categoria crimes, escândalos e investigações. Três outras categorias conquistam uma presença em todos os meios e em todos os anos: os protestos, violentos e não-violentos, os desastres, e o insólito.

3.2.1 IDENTIFICAÇÃO DOS VALORES-NOTÍCIA

Segundo Traquina (2008, p.69), a primeira tentativa de identificar, de forma sistêmica e exaustiva, os valores-notícias que a comunidade interpretativa dos jornalistas utiliza no seu trabalho, ou na sua linguagem dos autores, os fatores que influenciam o fluxo de notícias, foi o estudo de Galtung e Ruge (1965/1993).

“Em resposta à pergunta ‘como é que os acontecimentos se tornam notícia’, Galtung e Ruge enumeraram doze valores notícias.” (TRAQUINA, 2008, p. 69). São eles: a frequência, ou seja, a duração do acontecimento; a amplitude do evento; a clareza ou a falta de ambiguidade; a significância; a consonância, isto é, a facilidade de inserir o “novo” numa “velha” ideia que corresponda ao que se espera que aconteça; o inesperado; a continuidade, isto é, a continuação como notícia do que já ganhou noticiabilidade; a composição, isto é a necessidade de manter um equilíbrio nas notícias com uma diversidade de assuntos abordados; a referência a nações de elite; a referência a pessoas de elite, isto é, o valor-notícia da proeminência do ator do acontecimento; a personificação, isto é, a referência às pessoas envolvidas; e a negatividade, ou seja, segundo a máxima “bad news is good news”.

Galtung e Ruge afirmam que um acontecimento será tanto mais noticiável quanto maior número de valores possuírem, embora não seja uma regra absoluta. “Igualmente, os autores consideram que um acontecimento poderá ter pouco de um valor e compensar com muito de outro valor. Em suma, a matemática é frouxa.” (TRAQUINA, 2008, p. 73).

Já para Ericson, Baranek e Chan (1987), os valores notícias, ou os critérios de noticiabilidade, são múltiplos, entrecruzados, e não são fáceis de classificar pelo analista de pesquisa. “Segundo os autores, os valores-notícias não são imperativos, mas sim elementos

que ajudam o jornalista a reconhecer a importância dos acontecimentos, a proceder a escolhas dentre as alternativas, e a considerar as escolhas a fazer.” (TRAQUINA, 2008, p. 73).

Rangel (2006) afirma que os cursos de jornalismo pregam que para ser notícia a informação deve ter interesse do público ou destinada para um determinado público. “A notícia deve ter um vínculo com a atualidade e referir-se a serviços, bens, fatos, que alterem ou expliquem a vida das pessoas.” (RANGEL, 2006, p. 8). Quando a notícia tem tom espetacular ela usa de um bem, serviço, interesse ou fato. “O que acontece é que ela abusa de um desses critérios, prolongando seu espaço na mídia sem mais ser algo novo que realmente deva ser noticiado. Assim, se confunde news, o atual, com novidade. Isso é o espetáculo, o novo que impacta.” (RANGEL, 2006, p. 8-9).

De acordo com o autor, Mauro Wolf, é um dos autores que melhor teorizou sobre o que é notícia. “A notícia é formada por uma série de requisitos que se exigem dos fatos e acontecimentos para se tornar uma notícia. Esses requisitos são chamados de ‘valores-notícias’,” (WOLF, 1994 *apud* RANGEL, 2006, p.9). Wolf dividiu em cinco critérios: o substantivo, o relativo ao produto, o relativo ao meio, o relativo ao público e o relativo à concorrência.

Então dentre esses critérios os atributos que formam ou ignoram um acontecimento para se tornar notícia, ou não, tem um nível hierárquico que envolve um indivíduo, explicou Rangel (2006). Segundo o autor, ela tem que agregar proximidade, quantidade de pessoas envolvidas, significância futura, novidade, atualidade e interesse público. “Ou seja, o próprio acontecimento pode conter em si mesmo atributos que o tornam notícia. Entretanto, é necessário que a notícia complemente com sua origem ou natureza as necessidades dos jornalistas e dos meios que eles trabalham.” (RANGEL, 2006). Isso decorre muitas vezes, não do acontecimento, mas sim das exigências e circunstâncias do trabalho do jornalista.

Quando o acontecimento tem atributos e é enfim notícia se percebe que a forma como o jornalista constrói a notícia pode alterar o discurso jornalístico. É o que Luiz Gonzaga nota sobre o meta-acontecimento. Segundo ele, na verdade a forma como a matéria é passada e a fantasia de cada leitor cria ao ler textos pode sim perder seu efeito de transmitir o acontecimento como notícia jornalística.

Gonzaga afirma que meta-acontecimento não é regida pelas regras do mundo natural, mas pelas regras do mundo simbólico, articulando as instâncias enunciativas do sujeito (o repórter) e do objeto (o fato), os agentes e os autores. Ou seja, quando a mídia transmite uma informação ou produz um novo acontecimento a se integrar ao mundo, ela diz

que a notícia pode transcender seu significado para muito além da notícia em si, pelo simples fato dela existir.

Aplicando essa teorização de meta-acontecimento no exemplo citado por Rangel (2006), com o papa, entendemos que com João Paulo II poderíamos dizer que a mídia “celebrando” o fato de ele estar hospitalizado “deslizou” o significado da notícia estabelecendo, simbolicamente, a morte do papa e que, se ele ainda não havia morrido, logo estaria morto. “Ou seja, o mundo deveria se preocupar com quem ocuparia seu lugar. Tudo feito com matérias que, de certa forma, prolongavam-se e se mantinham na mídia até a sua morte deixar de ser simbólica e tornar-se, um fato”. (RANGEL, 2006).

Conforme Bordieu, os jornalistas têm óculos particulares, são os seus valores-notícia. “Os jornalistas têm os seus óculos particulares através dos quais veem certas coisas e outras não, e veem de certa maneira as coisas que veem. Operam uma seleção e uma construção daquilo que é selecionado”. (BORDIEU, 1997 *apud* TRAQUINA, 2008).

Um ponto central em relação à problemática dos valores-notícia é a distinção entre os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção.

Como lembrado por Traquina (2008), Wolf apontou que os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de produção jornalística, ou seja, no processo de seleção dos acontecimentos e no processo de elaboração da notícia, isto é, no processo de construção da notícia. “Assim, Wolf estabeleceu a distinção entre os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção”. (TRAQUINA, 2008).

Para o estudioso, os valores de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção dos acontecimentos, isto é, na decisão de escolher um acontecimento como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outros acontecimentos.

Os valores-notícias de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. (TRAQUINA, 2008, p. 78)

Já os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funciona como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento com notícia, explicou Traquina.

Segundo o autor, podemos perceber melhor esta distinção voltando à lista de valores-notícias de Galtung e Ruge. “Podemos ver que os seus valores-notícias incluem ambos os tipos de valor-notícia, sem, no entanto, a clareza da distinção entre os dois tipos”. (TRAQUINA, 2008). Os autores identificam como valor notícia a importância de “pessoas de

elite”, um valor notícia de seleção quer denominar “a notoriedade do ator”. De acordo com Traquina, Galtung e Ruge identificam como outro valor-notícia a “personalização”, em que referem que “as notícias têm a tendência de apresentar os acontecimentos como frases onde há um sujeito, uma pessoa nomeada ou uma coletividade que consiste em algumas pessoas”, definiu Traquina (2008), porém, a “personalização” é outro valor-notícia, mas um valor-notícia de construção.

3.2.1.1 VALORES-NOTÍCIA DE SELEÇÃO –OS CRITÉRIOS SUBSTANTIVOS

Traquina (2008, p.79) questiona o que os seguintes acontecimentos têm em comum: “a queda da ponte Entre-os-Rios”, “o assassinato de seis empresários portugueses no Brasil”, “o ataque ao World Trade Center de Nova York e ao Pentágono”. Segundo o autor, a resposta é simples: a morte. “Onde há morte, há jornalistas. A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos écrans da televisão”. (TRAQUINA, 2008, p. 79).

Podemos dizer que todos nós seremos notícia pelo menos uma vez na vida, no dia seguinte à morte, ou nas páginas interiores ou com destaque na primeira página. Para isso, disse Traquina, dependerá, em grande parte, da nossa notoriedade. “A notoriedade do ator principal do acontecimento é outro valor notícia fundamental para os membros da comunidade jornalística”. É fácil visualizar este valor-notícia ao ver a cobertura de um congresso partidário e a forma como os membros da tribo jornalística andam atrás das estrelas políticas. (TRAQUINA, 2008, p, 79). Como no tempo das “folhas volantes”, a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia.

De acordo com Traquina, Galtung e Ruge destacaram a importância da notoriedade do ator quando postularam o seguinte: “Quanto mais o acontecimento disser respeito às pessoas de elite, mais provavelmente será transformado em notícia”. Em suma, o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade. (TRAQUINA, 2008, p. 80). Outro valor-notícia fundamental da cultura jornalística é a proximidade, sobretudo, em termos geográficos, mas também em termos culturais.

Tal como foi identificado por Galtung e Ruge, a relevância é outro valor-notícia da comunidade jornalística. “Este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas”, (TRAQUINA, 2008, p. 80). Em suma, esse valor-notícia determina que noticiabilidade tenha

a ver com a capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a nação.

Outro conceito fundamental no jornalismo é a novidade. Para os jornalistas, uma questão central é precisamente o que há de novo. “Nos trabalhos de jornalismo de investigação uma das maiores dificuldades para o jornalista é a justificativa para voltar ao assunto sem novos elementos: geralmente tem que haver algo de novo para voltar a falar do assunto” (TRAQUINA, 2008, p.81).

O fator tempo é outro valor-notícia e que pode ser utilizado de maneiras diferentes. Segundo Traquina, em primeiro lugar, esse é um valor-notícia a forma de atualidade. “A existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de gancho para outro acontecimento ligado a esse assunto”, (TRAQUINA, 2008, p.81). Em segundo, o próprio tempo (data específica) pode servir como um gancho e justificar a noticiabilidade de um acontecimento que já teve lugar no passado, mas nesse mesmo dia. “Há um ano, há dois anos, há vinte anos isto aconteceu e a publicar uma notícia hoje sobre esse acontecimento porque aconteceu no mesmo dia há anos atrás. Assim, por exemplo, há uma notícia sobre a morte do presidente egípcio, Anwar Sadat, porque neste dia, há vinte anos, foi assassinado”, (TRAQUINA, 2008, p.81). Podemos concluir que o próprio fator tempo é utilizado como gancho para justificar falar de novo sobre esse assunto.

Segundo Traquina, esse fator pode ser apresentado em uma terceira forma. “Um entendimento do fator tempo numa forma mais estendida ao longo do tempo. Devido ao seu impacto na comunidade jornalística, um assunto ganha noticiabilidade e permanece como assunto com valor-notícia durante um tempo dilatado” (TRAQUINA, 2008, p. 82).

Outro valor-notícia fundamental para a comunidade jornalística é a notabilidade, isto é, a qualidade de ser visível, de ser tangível. Traquina destaca que esse valor-notícia nos alerta para a forma como o campo do jornalismo está mais virado para a cobertura de acontecimentos e não problemáticas. “O campo jornalístico tem maiores dificuldades na abertura de problemáticas. O trabalho jornalístico é uma atividade prática onde os jornalistas lutam constantemente contra a tirania do fator tempo”, (TRAQUINA, 2008, p. 82).

O ritmo do trabalho jornalístico exige ênfase sobre acontecimentos e não sobre problemáticas. Como descreveu Tuchman (1978), lembrado por Traquina, os acontecimentos estão concretamente enterrados na “teia de facticidade”, ou seja, o quem? O quê? Quando? Onde? Como? Por quê? Do tradicional lead noticioso. Porém, como aborda o autor, as problemáticas não estão. Os acontecimentos são concretos, delimitados no tempo, mais facilmente observáveis.

A “invisibilidade” dos processos e das problemáticas exige poder de resposta por parte do campo jornalístico, exige meios para fazer a cobertura de algo não-definido no espaço nem no tempo, exige tempo para elaborar a cobertura e, ironicamente, o subterfúgio do tempo para os ligar à atualidade (TRAQUINA, 1988, p. 12 apud TRAQUINA, 2008, p.83).

Segundo o autor, há diversos registros de noticiabilidade. Um deles se desrespeito à quantidade de pessoas que o acontecimento envolve. “Os jornalistas atribuem importância às notícias que dizem respeito a muitas pessoas e quanto mais elevado for o número de pessoas envolvidas num desastre ou quanto mais elevada foi a presença de ‘grandes nomes’, maior é a notabilidade” (TRAQUINA, 2008, p.83).

Outro registro de noticiabilidade é a inversão, o contrário do “normal”. “Esta forma de noticiabilidade do valor-notícia ‘notabilidade’ é captado no clichê muitas vezes utilizado na definição de notícia: ‘o homem que morde o cachorro, e não o cão que morde o homem’”. (TRAQUINA, 2008, p. 83).

O terceiro registro de notabilidade, bem presente na época das “folhas volantes” e também na lista de Galtung e Ruge, é o insólito. “Todas as semanas temos exemplos deste registro nas páginas dos jornais ou as edições dos telejornais: o ladrão que vem entregar o carro roubado; o banhista que estende a toalha e encontra um moribundo; os bombeiros que apagam o fogo com leite, etc.”. (TRAQUINA, 2008, p. 83).

A falha é mais um registro de notabilidade. “Procede por defeito, por insuficiência normal e irregular. Os acidentes pertencem a este registro”, (TRAQUINA, 2008, p. 84). E finalmente, o último registro de notabilidade é o excesso/ a escassez. “Ele funciona, tal como alguns dos outros registros da notabilidade, em função de uma norma ou de um padrão. O estado do tempo ganha ele noticiabilidade”, (TRAQUINA, 2008, p. 84), como exemplo, o autor citou a temperatura de 35°C no mês de março ou uma chuvarada depois de dez meses. “Esses exemplos levam à constituição do tempo como notícia de primeira página, porque todos os dias há informações do estado do tempo”. (TRAQUINA, 2008, p. 84).

Outro valor-notícia fundamental é o inesperado, isto é, aquilo que irrompe e que surpreende a expectativa da comunidade jornalística. “O inesperado é muitas vezes um componente de um tipo de mega-acontecimento, um acontecimento com enorme noticiabilidade que subverte a rotina e provoca um caos na sala de redação” (TRAQUINA, 2008, p. 84). Um exemplo dessa categoria é o atentado ao World Trade Center, no dia 11 de setembro de 2001.

Outro valor-notícia importante na cultura jornalística é o conflito ou a controvérsia, isto é, a violência física ou simbólica, como uma disputa entre líderes políticos.

“A presença da violência física fornece mais noticiabilidade muitas vezes exemplificam a importância da quebra do normal”, (TRAQUINA, 2008, p.84). Na política, certamente, a violência representa uma quebra do normal. Por exemplo, é notícia a cena de deputados em luta física em vez de uma luta verbal. “Num país democrático, a violência na política é julgada ‘invulgar’, um desvio da norma. A violência também pode representar a ruptura. Representa assim uma ruptura fundamental na ordem social” (TRAQUINA, 2008, p. 85).

O valor-notícia da violência está ligado a outro critério de noticiabilidade: a infração. Por infração refere-se, sobretudo a violação, a transgressão das regras. “Assim, podemos compreender a importância do crime como notícia. Uma parte importante das notícias sobre crimes são rotineiras e breves, porque o grosso do crime é visto como rotina”, (TRAQUINA, 2008, p.85).

O crime é percebido como um fenômeno permanente e recorrente, e assim grande parte dele é observado pelos meios noticiosos de uma forma igualmente rotinizada. “Muita desta cobertura do crime assinala, no entanto, a transgressão das fronteiras normativas. A cobertura mais pormenorizada de certas circunstâncias dramáticas de um crime resulta e sobressai do plano de fundo deste tratamento rotinizado do crime” (TRAQUINA, 2008, p. 85). Segundo o autor, o que confere especial atenção às “estórias” de crimes é a mesma estrutura de “valores-notícias” que se aplica a outras áreas noticiosas: “um crime mais violento, com um maior número de vítimas”, equivale a maior noticiabilidade para esse crime. “Qualquer crime pode ficar com mais valor-notícia se a violência lhe estiver associada” (TRAQUINA, 2008, p. 85).

O valor-notícia da infração também está associado a um tipo de acontecimento que é essencial para a comunidade jornalística: o “escândalo”, como no caso de “Watergate”. “Esse tipo de acontecimento corresponde à situação mítica do jornalista como ‘cão de guarda’ das instituições democráticas” (TRAQUINA, 2008, p. 85).

Segundo Traquina, os critérios substantivos dos valores-notícias, em particular, o de notabilidade, implicam um pressuposto sobre a natureza consensual da sociedade. Alguns destes valores-notícia os ajudam próprios a construir a sociedade como “consenso”. “Primeiro, o consenso requer a noção de unidade: uma nação, um povo, uma sociedade, muitas vezes, traduzida simplesmente para o ‘nosso’”. (TRAQUINA, 2008, p. 86). Conforme o autor, esta visão nega quaisquer discrepâncias estruturais mais importantes entre grupos diferentes, ou entre os próprios mapas diferentes do significado numa sociedade, e ganha assim significado político. “Grupos fora do consenso são vistos como dissidentes e marginais, sejam eles ‘skinheads’, ou ‘pedófilos’. O crime traça uma das principais fronteiras desse

consenso. O crime envolve o lado negativo do consenso”, (TRAQUINA, 2008, p. 86). Sem este consensual de fundo, nem os jornalistas nem os leitores poderão reconhecer o primeiro plano de notícias.

Traquina remete ao pensamento do estudioso John Hartley, que afirma que os valores-notícia não são nem naturais, nem neutrais. “Segundo Hartley (1982, p.80), os valores notícias formam um código que vê o mundo de uma forma muito particular, até peculiar. Os valores-notícias são de fatos, um código ideológico.” (TRAQUINA, 2008, p. 86).

Já Stuart Hall, como lembrou Traquina, entende valores-notícias como um “mapa cultural” do mundo social. Se os jornalistas não o tiverem, não podem tornar perceptíveis às suas audiências os acontecimentos invulgares, inesperados e imprevisíveis que ajudam a formar o conteúdo básico do que noticiável (TRAQUINA, 2008, p. 86). Na terminologia do acadêmico britânico, os valores-notícias operam como uma estrutura do primeiro plano, que pressupõe uma “estrutura profunda”, que está escondida – as noções consensuais sobre o funcionamento da sociedade que ajudam a marcar as fronteiras entre o “normal” e o “desvio”, entre o “legítimo” e o “ilegítimo”. “Hall (1984) escreve: ‘Parece que estamos lidando com uma ‘estrutura profunda’, cuja função como mecanismo de seleção é invisível mesmo para aqueles que profissionalmente têm que opera com ela’”. (TRAQUINA, 2008, p. 86-87).

3.2.1.2 VALORES-NOTÍCIAS DE SELEÇÃO – OS CRITÉRIOS CONTEXTUAIS

Como já foi dito, por critérios contextuais entende-se os critérios que dizem respeito ao contexto do processo de produção das notícias e não às características do próprio acontecimento.

O primeiro valor-notícia de seleção neste subgrupo de critérios contextuais é a disponibilidade, isto é, a facilidade com que é possível fazer a cobertura do acontecimento. “A questão que a empresa jornalística coloca é quais são os meios que a cobertura jornalística exige, bem como qual é o dispêndio requerido, colocando implicitamente a pergunta se o valor-notícia desse acontecimento justifica esse dispêndio, porque as empresas jornalísticas têm recursos limitados” (TRAQUINA, 2008, p. 88). Pois, não é possível “ir a todas”, isto é, cobrir todos os acontecimentos com o envio de um jornalista.

O equilíbrio também é o valor-notícia desta subdivisão. A noticiabilidade de um acontecimento pode estar relacionada com a quantidade de notícias sobre este acontecimento ou assunto que já existiu há relativamente pouco tempo no produto informativo de uma empresa jornalística. “Assim, devido ao valor de equilíbrio, o jornalista ou a empresa

jornalística poderá racionalizar da seguinte maneira: Não tem valor-notícia porque já demos isso há pouco tempo”. (TRAQUINA, 2008, p. 89).

Outro valor-notícia de seleção neste subgrupo é a visualidade, isto é, se há elementos visuais, como fotografias ou filme. “Em particular no jornalismo televisivo, este valor-notícia é um fator de noticiabilidade fundamental. Há imagens ou não? Qual é a qualidade dessas imagens? A existência de boas imagens pode se determinante na seleção desse acontecimento como notícia”. (TRAQUINA, 2008, p. 89).

A concorrência também pertence a esse subgrupo. As empresas jornalísticas não funcionam no vazio. Elas têm e são concorrentes umas das outras, mas cada organização tem os seus concorrentes de estimação, isto é concorrentes diretos. (TRAQUINA, 2008, p 89).

3.2.1.3 VALORES-NOTÍCIAS DE CONSTRUÇÃO

Por valores-notícia de construção entendem-se os critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia.

O primeiro valor-notícia de construção é a simplificação. A lógica é a seguinte: quanto mais o acontecimento é desprovido de ambiguidade e de complexidade, mais possibilidade tem a notícia de ser nota e compreendida. “Os jornalistas têm a obrigação de escrever de uma forma fácil de compreender; por simplificação, portanto, tornar a notícia menos ambígua”, (TRAQUINA, 2008, p. 91).

Outro valor-notícia de construção é a amplificação, já identificado na lista de valores-notícias de Galtung e Ruge. Quanto mais amplificado é o acontecimento, mais possibilidade tem a notícia de ser notada, quer seja pela amplificação do ato, do interveniente ou das supostas consequências do ato. “Assim, podemos ler expressões deste valor notícia nos seguintes títulos que atestam para a presença do valor-notícia da amplificação: ‘Brasil chora a morte de Senna’ ou ‘América chora a morte de Nixon’”. (TRAQUINA, 2008, p. 91).

Outro valor notícia de construção é a relevância. A lógica é a seguinte: quanto mais “sentido” a notícia dá ao acontecimento, mas hipóteses a notícia tem de ser notada. “Compete ao jornalista tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrar que tem significado para elas”. (TRAQUINA, 2008, p. 92).

Personalização é outro valor-notícia de construção. Quanto mais personalizado é o acontecimento mais possibilidades tem a notícia de ser notada, pois facilita a identificação do acontecimento em termos de “negativo” ou “positivo”. “Por personalizar, entendemos

valorizar as pessoas envolvidas no acontecimento, acentuar o fator pessoa”. (TRAQUINA, 2008, p.92).

Outro valor-notícia de construção é a dramatização. Segundo Traquina (2008, p. 92), por dramatização se compreende o esforço dos aspectos mais críticos, o esforço do lado emocional, a natureza conflitual.

A consonância é o último valor-notícia de construção. A lógica é a seguinte: Quanto mais a notícia insere o acontecimento numa “narrativa” já estabelecida, mais possibilidades a notícia tem de ser notada. “Isso quer dizer que a notícia deve ser interpretada num contexto conhecido, pois corresponde às expectativas do receptor”. (TRAQUINA, 2008, p. 93)

O capítulo seguinte, vamos narrar a tragédia com a equipe da Chapecoense.

4 A TRAGÉDIA

Associação Chapecoense de Futebol, conhecida apenas como Chapecoense, é um clube de futebol brasileiro, sediado na cidade de Chapecó, Santa Catarina. Foi fundado em 10 de maio de 1973, com o objetivo de restaurar o futebol na cidade de Chapecó. Sua origem está ligada ao fato de que, na década de 1970, a região possuía apenas alguns times amadores, sendo inexpressiva em relação ao futebol profissional. Com o propósito de reverter esta situação, alguns desportistas decidiram se reunir para criar um time de futebol profissional para a cidade. De maneira geral, pode-se dizer que a Associação Chapecoense surgiu da união dos clubes Atlético Chapecó e Independente.

O time da Chapecoense embarcou para a Colômbia para disputar a primeira partida da final da Copa Sul-Americana, contra o Atlético Nacional, que estava marcada para quarta-feira, 30 de novembro de 2016. Inicialmente, o voo iria diretamente de Guarulhos (SP) para Medellín, na Colômbia, mas o voo foi vetado pela Agência Nacional de Aviação Civil (Anac). Em razão do veto, a equipe tomou um voo comercial até a Bolívia e, de lá, o grupo pegou o voo da LaMia.

O avião que levava a delegação da Chapecoense para o município colombiano caiu na madrugada do dia 29 de novembro de 2016, a poucos quilômetros de Medellín. A queda deixou 71 mortos e seis feridos.

Entre as vítimas do acidente estavam jogadores do time catarinense, comissão técnica, dirigentes, jornalistas e a tripulação do avião, que pertencia à empresa boliviana LaMia. Todos os mortos na queda do avião da Chapecoense foram identificados no Instituto Médico Legal de Medellín.

As vítimas, resgatadas com vida, foram encaminhados ao hospital: os jogadores Alan Ruschel, Neto e Follmann, o jornalista Rafael Henzel, o técnico da aeronave Erwin Tumiri e a comissária de bordo Ximena Suarez. O goleiro Danilo também tinha sido resgatado com vida, mas morreu no hospital.

O avião da LaMia, matrícula CP2933, decolou de Santa Cruz de la Sierra, na Bolívia, com destino a Medellín com a delegação do time, jornalistas e convidados. Segundo as autoridades colombianas, a lista do voo tinha 81 nomes: 72 passageiros e nove tripulantes. No entanto, a relação inclui quatro pessoas que não embarcaram e estão vivas.

4.1 O ACIDENTE

O voo que transportava a equipe da Chapecoense partiu na noite de segunda-feira, 28, de Santa Cruz de La Sierra, na Bolívia, em direção a Medellín. Em coletiva de imprensa, Julio César Varela, da Direção Geral de Aeronáutica Civil boliviana, disse que o avião decolou em "perfeitas condições".

Segundo a imprensa local, a aeronave perdeu contato com a torre de controle às 22h15 (1h15 na hora de Brasília), entre as cidades de La Ceja e Abejorral, e caiu ao se aproximar do Aeroporto José Maria Córdova, em Rionegro, perto de Medellín.

O Comitê de Operação de Emergência (COE) e a gerência do aeroporto informaram que a aeronave se declarou em emergência por falha técnica às 22h (local) entre as cidades de Ceja e La Unión.

O diretor da Aeronáutica Civil, Alfredo Bocanegra, explicou à Rádio Nacional da Colômbia que, embora chovesse e houvesse neblina na região, o aeroporto Rionegro estava operando normalmente. Segundo ele, aparentemente foram falhas elétricas que causaram o acidente. O piloto relatou problemas à torre de controle do aeroporto de Santa Cruz, na Bolívia.

Mais cedo, a imprensa colombiana chegou a cogitar como causa a falta de combustível, mas também informou que o piloto despejou combustível após perceber que o avião iria cair.

Choveu muito na região na noite de segunda, o que reduziu a visibilidade. Equipes chegaram ao local do acidente por terra, mas o acesso à região montanhosa é difícil e a remoção foi lenta.

4.2 VELÓRIO

O velório coletivo de 50 das 71 vítimas do acidente aéreo com a delegação da Chapecoense foi marcado por homenagens na Arena Condá, em Chapecó, no Oeste de Santa Catarina, no dia 3 de dezembro. Após a cerimônia, que durou cerca de duas horas sob muita chuva, permaneceram em Chapecó para serem velados 16 corpos.

Vindos da Colômbia, os corpos chegaram a Chapecó por volta das 12h30 do dia 3, em meio à emoção de familiares, amigos e torcedores do clube.

Os caminhões com os caixões saíram do aeroporto às 11h14 e percorreram cerca de 10 quilômetros por aproximadamente uma hora. O público nas arquibancadas da Arena

Condá aplaudia, um a um, cada caixão carregado por militares na chegada para o velório coletivo no estádio da Chapecoense. Na área coberta montada sobre o gramado, reservada aos familiares e pessoas próximas, os caixões foram depositados.

A Confederação Sul-Americana de Futebol (Conmebol) declarou, no dia 5 de dezembro, a Associação Chapecoense de Futebol campeã da Copa Sul-Americana de Futebol de 2016.

O Club Atlético Nacional, que faria a final com a Chapecoense e solicitou à Conmebol que o time catarinense fosse reconhecido como campeão, recebeu o Prêmio Centenário Conmebol Fair Play.

4.4 INVESTIGAÇÃO

A empresa e o piloto do avião da LaMia, que caiu com 77 passageiros no fim de novembro em Medellín, foram considerados os "responsáveis diretos" do acidente, segundo informe oficial do governo boliviano divulgado no dia 20 de dezembro.

"A conclusão é contundente. A responsabilidade direta de toda essa eventualidade recai sobre o piloto e sobre a empresa", disse o ministro de Obras Públicas e Serviços, Milton Claros, em coletiva de imprensa, publicada pelo portal Agência Brasil, no dia 20 de dezembro de 2016.

Além disso, a investigação estabeleceu que Celia Castedo, a funcionária da agência nacional boliviana de aviação civil (AASANA, na sigla em espanhol) que autorizou o voo apesar das irregularidades, "lamentavelmente descumpriu seus deveres e isso também prescreve uma punição".

"O assunto tratado aqui é, sem dúvida, o plano de voo no qual a capacidade da aeronave era de 4 horas e 20 minutos, e o tempo de voo era de 4 horas e 20 minutos", ressaltou Claros a reportagem.

"A partir dessas irregularidades, iniciamos os processos administrativos e penais direcionados a essa senhora pelo trágico incidente, que inclui também os diretores da AASANA e da DGAC (Direção Geral de Aeronáutica Civil)", apontou o ministro a Agência Brasil.

Segundo os acordos e normas internacionais, "os responsáveis pela questão do combustível e a informação emitida são o piloto e a LaMia", insistiu.

Quanto a Celia Castedo, que se refugiou no Brasil alegando insegurança judicial, Claros a dirigiu "responsabilidade direta", uma vez que um voo "não pode ser autorizado a

voar sem ter uma revisão", além do que a funcionária apenas informou a seus superiores sobre a situação um dia depois do acidente, por e-mail.

Seis dias depois, autoridades colombianas confirmaram que erros cometidos pelo piloto, companhia aérea e reguladores da Bolívia eram as causas do acidente.

O avião operado pela LaMia se chocou contra uma montanha perto da cidade de Medellín depois de ficar sem combustível, uma vez que o piloto não reabasteceu a aeronave nem relatou a emergência até que fosse tarde demais.

O secretário de Segurança Aeronáutica da Colômbia, Freddy Bonilla, em entrevista publicada no site HuffPost Brasil no dia 26 de dezembro de 2016, disse que o plano de voo era inadequado porque deixou de levar em consideração o tempo de viagem e a autonomia de voo para garantir a quantidade necessária de combustível.

Bonilla também falou que a gravação da cabine do avião CP-2933 mostrou que o piloto Miguel Quiroga e a copiloto Sysi Arias, que morreram na queda, cogitaram uma escala em Letícia, na Colômbia, ou em Bogotá, em função do combustível estar no limite. No entanto, decidiram não fazer.

Bonilla afirmou que 3:45 minutos antes do acidente os quatro motores do avião deixaram de funcionar por falta de combustível e 2 minutos antes do choque foi reportada falha elétrica total, uma vez que o avião já não contava com nenhuma fonte geradora de energia.

Com base na análise dos registros de gravações da tripulação, também foram detectadas falhas desconhecidas até o momento, como o fato de a aeronave ter sobrepeso de quase 400 quilos.

“A aeronave transportava um peso superior ao permitido por manuais, o que é outra descoberta que fizemos dentro da investigação”, contou o funcionário da Aerocivil. Segundo matéria da Veja, publicada no site da revista no dia 26 de dezembro, o relatório afirma que “o peso real na decolagem era de 42.148 quilos, acima da capacidade máxima, de 41.800 quilos”.

Ainda de acordo com o relatório, a aeronave não estava certificada para voar acima de 29.000 pés, e mesmo assim a companhia aprovou um plano que permitia que o avião chegasse até 30.000 pés de altitude.

Havia falhas no plano de voo da viagem que levaria a equipe para Medellín. Segundo a Aeronáutica Civil, não havia um aeroporto alternativo para pouso no plano de voo e o combustível disponível era exatamente o necessário para o tempo de voo estimado. No entanto, o tanque do avião deveria ter uma reserva para emergência suficiente para mais uma

hora e meia de voo. Tudo isso constava no documento que foi aprovado por autoridades bolivianas.

As autoridades aéreas colombianas atribuíram a culpa à Administração de Aeroportos e Serviços Auxiliares à Navegação Aérea da Bolívia (AASANA) por ter aprovado o plano de voo da LaMia. Elas também disseram que o piloto sabia que o avião não tinha combustível extra para emergência.

Pouco antes do acidente, na última gravação durante o voo, a tripulação que levava a equipe da Chapecoense pediu para alterar a rota, devido condições meteorológicas adversas, segundo o informe preliminar.

4.5 VÍTIMAS

Dos 22 jogadores que embarcaram 19 perderam a vida. Danilo (goleiro), Gimenez (lateral), Bruno Rangel (atacante), Marcelo (zagueiro), Lucas Gomes (atacante), Sergio Manoel (meio-campista), Filipe Machado (zagueiro), Matheus Biteco (meio-campista), Cleber Santana (meio-campista), William Thiego (zagueiro), Tiaguinho (meio-campista), Josimar (meio-campista), Dener Assunção (lateral), Gil (meio-campista), Ananias (atacante), Kempes (atacante), Arthur Maia (meio-campista), Mateus Caramelo (lateral), Aílton Canela (atacante).

Caio Júnior (técnico), Eduardo de Castro Filho, o Duca (auxiliar técnico), Luiz Grohs, o Pipe (analista de desempenho), Anderson Paixão (preparador físico), Anderson Martins, o Boião (preparador de goleiros), Dr. Marcio Koury (médico), Rafael Gobbato (fisioterapeuta), Cocada, Sergio de Jesus, o Serginho, Adriano, Cleberson Silva, Mauro Stumpf, o Maurinho (vice-presidente de futebol), Eduardo Preuss, o Cadu Gaúcho (diretor), Chinhodi Domenico (supervisor), Sandro Pallaoro, Cezinha, Gilberto Pace Thomas, o Giba (assessor de imprensa), Delfim Peixoto Filho (vice-presidente da CBF e presidente da Federação Catarinense).

Nilson Folle Júnior, DecioBurtet Filho, Edir de Marco (diretor), Ricardo Porto (diretor), Mauro dal Bello (diretor), Jandir Bordignon (diretor), Dávi Barela (empresário).

Victorino Chermont (Fox Sports), Rodrigo Santana Gonçalves (Fox Sports), Deva Pascovicci (Fox Sports), Lilacio Júnior (Fox Sports), Paulo Julio Clement (Fox Sports), Mario Sergio Pontes de Paiva (Fox Sports e ex-jogador), Guilherme Marques (Globo), Ari de Araújo Júnior (Globo), Guilherme Laars (Globo), Giovane Klein (repórter da RBS TV de Chapecó), Bruno Mauro da Silva (técnico da RBS TV de Florianópolis), Djalma Araújo Neto (cinegrafista da RBS TV de Florianópolis), André Podiacki (repórter do Diário Catarinense),

Laion Espindula (repórter do Globo Esporte), Renan Agnolin (rádio Oeste Capital), Fernando Schardong (rádio Chapecó), Edson Ebeliny (rádio Super Condá), Gelson Galiotto (rádio Super Condá), Douglas Dorneles (rádio Chapecó), Jacir Biavatti (comentarista RIC TV e Vang FM).

Miguel Quiroga (piloto), Ovar Goytia, Sisy Arias, Romel Vacaflores (assistente de voo), Alex Quispe, Gustavo Encina, Angel Lugo.

5. ANÁLISE

Esse trabalho é guiado pela indagação: Qual é o limite entre informação e exposição da dor na cobertura jornalística de uma tragédia? Porém, derivando dessa pergunta, surgem novos questionamentos: A ética do jornalismo permite essa exposição ou os jornalistas estão noticiando o que o público quer ver? Há esse limite em uma cobertura já que existe o interesse dos telespectadores? Porém, o nosso foco será na seguinte pergunta: Como as emissoras utilizam os elementos imagéticos e sonoros para atrair o público?

Iremos analisar a edição do Jornal Nacional, exibido pela TV Globo, do dia 3 de dezembro de 2016, dia do enterro das vítimas do avião da Chapecoense. No dia seguinte, e também nosso objeto de estudo, o SBT exibiu o programa Conexão Repórter, no qual Roberto Cabrini visitou o local da queda do avião.

5.1 OBJETOS DE ESTUDO

De acordo com site Memória Globo, O Jornal Nacional (JN) foi o primeiro telejornal do país a ser transmitido em rede nacional. Estreou no dia 1º de setembro de 1969 para competir com o Repórter Esso, da TV Tupi. Em pouco tempo, conquistou a preferência do público e se transformou num dos jornais, mas respeitáveis da TV brasileira.

O JN foi o ponto de partida de um projeto que pretendia transformar a Globo na primeira rede de televisão do Brasil. Meses antes, a Embratel havia inaugurado o Tronco Sul, que possibilitava a integração de Rio, São Paulo, Porto Alegre e Curitiba. A formação dessa espécie de rede era possível com a ajuda de um sistema de micro-ondas. O equipamento ligava, por sinais, o estúdio à torre de transmissão da emissora.

A partir dessa tecnologia, a TV Globo pretendia gerar uma programação uniforme para vários estados e diminuir os custos de produção.

O Jornal Nacional é o principal telejornal da TV Globo. Tem cerca de meia hora de duração e faz a cobertura completa das principais notícias no Brasil e no mundo. A emissora reforça no site que o telejornal é pautado pela credibilidade, isenção e ética, o JN é líder de audiência no horário nobre.

Já a definição do Conexão Repórter descrita no portal do SBT afirma que a proposta do programa é a busca pela verdade por meio de grandes reportagens. O nome surgiu pela modernidade que sugere a informação nos tempos de hoje viaja por conexões cada vez

mais velozes e sofisticadas. O uso da palavra “repórter” foi estrategicamente usado para destacar o formato e a disposição do apresentador.

Roberto Cabrini, além de editor-chefe, também faz as grandes reportagens. Leva ao espectador a imagem e a informação que ninguém conseguiu. A exclusividade é o lema do programa, afirma o SBT.

“O Conexão Repórter também queria como marca a modernidade. Tem a capacidade de abordar vários temas e ser o menos engessado possível. Diferentemente do que já existe, o programa é mais amplo, a regra é evitar a regra. Factuais transformam o programa em um grande telejornal com grandes reportagens. O cenário é futurista e o pacote gráfico tem uma linguagem peculiar de acordo com cada tema do programa”, afirma a emissora no portal.

A equipe é formada essencialmente por produtores-repórteres, que embora não mostrem o rosto, participam ativamente das reportagens. O principal perfil dos jornalistas contratados é a disposição em grandes produções. São nomes respeitados no mercado e que decidiram participar do projeto pela audácia e arrojo propostos, além da oportunidade em fazer parte da equipe do principal repórter do país, informou o SBT através do site.

5.2 METODOLOGIA

Esse trabalho será baseado na obra da autora Laurence Bardin, *Análise de Conteúdo*. Após o levantamento dos questionamentos, os elementos de imagem e som foram subcategorizados para no auxiliar na compreensão do espetáculo midiático. Sobre imagem, nós iremos analisar os requisitos: zoom, enquadramento, iluminação e foco. Já sobre som, iremos abordar os pontos: OFF, entrevistas e BG.

Bardin (2011) defende que a categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamentos segundo o gênero, com os critérios previamente definidos. Para a autora, as categorias são rubricas ou classes, as quais reúnem um grupo de elementos sob um título genérico, agrupamento esse efetuado em razão das características comuns destes elementos.

5.3 COBERTURA DO JORNAL NACIONAL

A edição do Jornal Nacional do dia 3 de dezembro foi escolhida devido à reportagem da jornalista Kíria Meurer, que despertou interesse neste assunto. Além disso, este sábado também foi marcado como a data do velório das vítimas, sendo assim, o encerramento da cobertura jornalística do caso.

No dia 3 de dezembro, a edição do JN foi apresentada pelos jornalistas William Waack e Giuliana Morrone. Na escalada³ do telejornal, todas as chamadas tinham relação com a tragédia. E todas elas, foram cobertas com imagens referentes ao assunto.

Na leitura da cabeça do primeiro VT, Giuliana diz: “Desde cedo o jornalismo da Globo mostrou ao vivo o pouso dos aviões da Força Aérea, a retiradas dos caixões, o cortejo pelas ruas de Chapecó e todas as homenagens as vítimas nesse dia de luto para o país”. Assim, a jornalista relembra aos telespectadores que todos os momentos foram registrados.

5.3.1 VT's

O primeiro VT começa com imagens do pouso dos aviões da Força Aérea em Manaus. Em seguida, são exibidas cenas do público demonstrando carinho as vítimas. Nesse momento do VT, se ouve os gritos de “Vamos Chape” e palmas da população que prestava homenagem aos mortos.

Em off⁴, o repórter afirma que o prefeito de Chapecó estava no local e recebeu apoio dos moradores. Texto coberto do prefeito cumprimentando e recebendo flores dos moradores.

Em seguida, mostra imagens do primeiro avião da Força Aérea chegando ao município catarinense. Até o momento, o som das turbinas da aeronave era utilizado como BG da reportagem. Antes do pouso, o repórter relembra a chegada de Michel Temer e Tite a Chapecó com imagens dos desembarques e logo é exibida a entrevista do técnico da seleção

³São as manchetes do telejornal, sempre no início de cada edição. Serve para aprender a atenção do telespectador no início do jornal e informar quais serão as principais notícias daquela edição.

⁴Texto gravado pelo repórter, normalmente após a gravação da matéria. É a narração da notícia, colocada durante a matéria.

brasileira. No momento do pouso do segundo avião da FAB, entra um BG, que remete a tristeza, mais o som das turbinas e sem interferência do repórter.



Figura 1: Imagem do avião da FAB pousando em Manaus.

Dando continuidade a matéria, são exibidas imagens do desembarque dos caixões, e o primeiro, como dito pelo repórter, era o do jogador Thiaguinho de 22 anos.

As imagens a seguir são a do presidente Temer e o governador catarinense recebendo simbolicamente o primeiro corpo; a retirada dos outros caixões e dos familiares que aguardavam no aeroporto (zoom nos familiares se abraçando).

Com um BG “triste”, seguem imagens do cortejo pelas ruas de Chapecó e dos torcedores batendo palmas.

A matéria foi montada em cima de imagens dos locais e off. O repórter não apareceu no vídeo. Seu objetivo é retomar o caso e a prova disso é que durante a reportagem, o repórter sempre recorda o horário, por exemplo, da chegada e partida dos aviões do aeroporto de Manaus. Outro destaque desse primeiro VT, é que utiliza das imagens da transmissão, realizada pela TV Globo, do velório das vítimas narrada por Galvão Bueno.

O segundo VT inicia com imagens do cortejo e dos torcedores chorando. No primeiro off dessa reportagem, o repórter ressalta a presença de um grande público mesmo em um dia chuvoso. Em seguida, cinco torcedores foram entrevistados, três estavam chorando. Durante suas falas, os torcedores frisaram a relação dos jogadores com a torcida e fazem relação entre o clima e o sentimento dos moradores de Chapecó.

O terceiro VT começa com imagens dos torcedores chegando à Arena Condá, antes da cerimônia. Em seguida, é exibida uma entrevista com um torcedor de outra cidade, que viajou para Chapecó para participar das homenagens. Depois, aparecem imagens da arquibancada cheia de torcedores batendo palmas, porém a imagem está em câmera lenta e o foco está na chuva. Em seguida, mais imagens dos torcedores chorando, com aplausos de BG.

Dando sequência, aparecem imagens da mãe do goleiro Danilo abraçando um familiar e saudando o público. Ela, segundo a reportagem, ficou conhecida após abraçar um repórter que lhe entrevistava em condolência aos profissionais de imprensa, que morreram na tragédia. Imagens dela abraçando o repórter são exibidas. Depois, mostra a primeira carreta chegando à Arena Condá, as imagens são acompanhadas de aplausos e gritos “O campeão voltou” dos torcedores. Neste momento, não há intervenção do repórter na matéria. Em seguida, esse VT ressalta compadecimento da Colômbia e da equipe, Club Atlético Nacional, imagens de faixas dos torcedores agradecendo a Colômbia e o discurso do prefeito de Chapecó.

Após isso, foram exibidas imagens dos funcionários da Chapecoense com camisa com o nome das vítimas e balões na mão. A cada nome anunciado um balão era solto, a imagem acompanha o voo dos balões. Em seguida, são exibidos trechos da homenagem do Papa Francisco, lida pelo bispo catarinense e da participação do jornalista Cid Moreira. O VT termina com imagens aéreas do estádio, com o som do salve de tiros, feito pelos militares, e aplausos da torcida.

O próximo VT começa com imagens dos carros com os caixões das vítimas que foram enviadas ao Rio de Janeiro. Depois, são exibidas imagens dos repórteres em ação e de Mário Sérgio, jogando partidas pela seleção brasileira e como técnico.

Imagens dos dois caixões enviados a São Paulo e dos familiares chorando ao redor. Imagens do narrador Deva Pascovici e em seguida, da mãe do coordenador de transmissões, Lilácio Pereira Júnior, chorando. Após, ela conceder uma entrevista em que conta que o filho era corinthiano fanático, e, por isso, não usava verde, mas a atividade profissional com a Chapecoense, fez com que ele usasse.

O VT 5 inicia com imagens do avião com os corpos dos jornalistas da RBS, afiliada da Rede Globo. Em seguida, são exibidas imagens da igreja, em contra-plongée⁵, em

⁵Esse tipo de enquadramento, também chamado de câmera baixa, situa a pessoa ou o objeto filmado acima do espectador, engrandecendo o personagem e sugerindo, por consequência, a sua superioridade.

que as vítimas foram veladas. Depois a celebração dentro do prédio. Em off, a repórter cita o nomes das vítimas e os caixões com os seus familiares próximos deles.

Depois, são exibidas cenas dos familiares chorando e se abraçando. A repórter conta mais sobre a vida das vítimas, em off, após, entrevista com amigo e com a irmã de uma das vítimas. O VT encerra com imagens do sepultamento ao som de um clarim e aplausos dos familiares.



Figura 2 Familiares se despedem de profissionais da RBS em Santa Catarina.

O VT 6 retoma ao velório dos profissionais de imprensa no Rio de Janeiro. A reportagem começa com cenas dos caixões chegando à sede histórica do Botafogo, dos familiares e amigos chegando ao local e se abraçando, e deles ao redor dos caixões e em seguida, trecho da fala do padre, que realizava a cerimônia.

Logo, em off, o repórter narra a trajetória da carreira do jornalista Guilherme Marques, exibindo trechos de algumas reportagens realizadas por ele. Depois, mostra imagens do cinegrafista Ari de Araújo e também destaca a sua trajetória. E também fala do repórter Guilherme Van Der Laars, que tinha dois filhos e a esposa esperava o terceiro. Exibe trecho da homenagem feita pela viúva ao marido.

Depois, são exibidos trechos das falas dos presentes no velório, entre eles, o repórter Pedro Bassam e do filho do Ari de Araújo. Em seguida, cena dos convidados soltando 71 balões em homenagem as vítimas, foco nos balões, ao som de aplausos. Também são mostradas imagens do caixão do cinegrafista Ari sendo retirado da Sede Histórica do

Botafogo para seguir viagem à cidade natal da vítima, o cortejo de Laars em cemitério carioca e da fachada de outro cemitério onde o corpo de Marques foi cremado.

O VT termina com o trecho da fala do irmão do jornalista Guilherme Marques. A imagem inicia fechada no jovem, ao final, com os aplausos, abre e captura todos os presentes.

O sétimo VT inicia o segundo bloco e traz informações sobre as investigações do caso. Ele começa com imagens dos destroços da aeronave, depois exibi a foto da funcionária boliviana que permitiu o voo e do documento que mostra a mudança do plano de voo. Em seguida, cenas do aeroporto e de um avião da LaMia, arte que explica as viagens realizadas pela empresa baseada em informações sobre os sinais do transponder do avião, e imagens da coletiva de imprensa cedida pelo presidente boliviano, Evo Morales.

A oitava matéria trata do estado de saúde dos sobreviventes. Ela começa com imagens do tripulante, Erwin Tumíri, deixando o hospital, e depois é exibido o trecho do vídeo em que ele agradece aos colombianos, e sem seguida, cenas dele chegando a sua cidade natal de ambulância.

Depois, são exibidos os posts da outra integrante da tripulação que sobreviveu, Ximena Suarez, e da irmã do jogador Alan Ruschel nas redes sociais. Neste momento, o repórter faz uma passagem onde relata o boletim de saúde dos quatro sobreviventes brasileiros. Dando continuidade a reportagem, o médico dá mais detalhes do quadro clínico dos pacientes.

Em seguida, é exibido o trecho da coletiva cedida pelo pai do jogador Alan Ruschel e do primo do jornalista Rafael Henzel. Após a reportagem, o repórter Ari Peixoto entra ao vivo no jornal e fala sobre os sobreviventes.



Figura 3 Coletiva cedida pelo pai do jogador Alan Ruschel e do primo do jornalista Rafael Henzel, sobreviventes do acidente.

VT nove é sobre o Enem, em seguida são exibidos: a previsão do tempo, uma nota coberta sobre um acidente em Cabo Frio, o décimo VT sobre o prêmio recebido pela equipe da força tarefa da Operação Lava Jato e uma nota seca⁶ sobre a votação das medidas anticorrupção na Câmara dos Deputados.

O terceiro bloco é iniciado pelo décimo primeiro VT, que começa com cenas do público acompanhando a transmissão do velório. Em seguida, são entrevistadas pessoas do Norte, Sul e Centro-Oeste do país.

Depois, mostra a entrevista com o dono do restaurante onde Mateus Caramelo almoçava enquanto jogava para o Atlético Goianiense, em seguida, mais entrevista com o público, desta vez, no Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste. Durante a análise do material, é possível observar que a maioria das imagens exibidas possuía um televisor transmitindo o velório, inclusive nas entrevistas.

A reportagem ainda mostrou que as homenagens ao clube catarinense se estenderam a outros locais, como a realizada no Museu do Futebol. Em seguida, exibiu trecho da partida classificação da Chapecoense para final da competição, narrada por Deva Pascovicci, uma das vítimas e imagens de um torcedor enrolado na bandeira, secando as lágrimas nela, no Museu. Depois, o VT termina com a entrevista deste torcedor.

⁶Notícia lida pelo apresentador do telejornal, sem qualquer imagem de ilustração.

O VT seguinte mostra que as homenagens ocorreram no mundo todo. São exibidas imagens de uma faixa escrita “Força Chape” no campeonato português, dos jogadores e torcedores prestando condolências com um minuto de silêncio em partidas na Escócia, Japão, Indonésia, Itália e Austrália. Na Inglaterra, como mostraram cenas dos jogadores do Manchester City “aquecendo” usando uma camisa com o escudo da Chapecoense e nas costas estava escrito “Manchester is with you”, ou “Manchester está com vocês”. No campeonato espanhol, Neymar chegou ao estádio com uma camisa do clube no ombro e Barcelona e Real Madrid se uniram em homenagem ao clube.

O quarto bloco do Jornal Nacional começa com uma nota coberta⁷ que informa os telespectadores que após o velório na Arena Condá, quinze vítimas foram encaminhadas as suas cidades natais.

O repórter Ari Peixoto entra em mais um ao vivo, no qual relata os sentimentos dos colombianos que acompanharam as homenagens pela televisão.

Na décima terceira reportagem, a repórter Kiria Meurer acompanhou os bastidores da cerimônia em Chapecó. O VT começa com imagens de familiares chorando, entrando no ônibus, que os levou até a Arena Condá. Em seguida, a repórter afirma que o cinegrafista não pode entrar no ônibus e acompanhar o trajeto, e, por isso, ela gravaria com o celular.

Depois, são exibidas imagens dos familiares sentados no ônibus, focando, em seguida, em uma mulher chorando; a entrevista com Ivan Tozzo, presidente em exercício da Chapecoense; dos familiares desembarcando do ônibus, chegando ao aeroporto. Neste momento, a repórter aborda uma das mulheres e questiona de quem ela era parente, a mulher respondeu que era esposa do fisioterapeuta. Dando continuidade a entrevista, Kiria comentou: “Finalmente, acabou a espera” e a mulher responde “O pior vem agora”.

Em seguida são exibidas cenas da namorada de uma das vítimas chorando, que precisou de atendimento médico, na entrevista, a moça relata a última conversa com o companheiro.

São exibidas imagens, nos quais a repórter narra o trajeto percorrido pelos familiares e que ela ressalta a presença dos torcedores na rua. Seguidamente de cenas dos familiares entrando em local reservado na Arena Condá; de uma mulher chorando e gritando de desespero e de parentes e amigos na área reservada.

Entrevista com Batista Biavatti, irmão do narrador J. Biavati, com gritos da torcida de fundo; imagens das tendas onde os familiares velaram os corpos das vítimas

⁷ Nota cuja cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens.

(quadro se aproxima da foto do jogador em cima do caixão); Entrevista com Wiliam Barbio, ex-jogador da Chapecoense, sonora⁸ com Fabiane Bele, esposa do fisiologista Luiz; imagens das arquibancadas, do ponto de vista das pessoas presentes no local reservado aos familiares; imagens dos funcionários com os balões e crianças com as bandeiras. E finaliza, com imagens dos balões brancos sendo soltos com os aplausos dos torcedores.



Figura 4 Repórter Kiria Meurer acompanhou os bastidores da cerimônia em Chapecó e usou celular para capturar as imagens.

Depois da exibição do último VT, Jornal Nacional exibiu o vídeo de agradecimento postado nas redes sociais pela Chapecoense.

5.3.2 OBSERVAÇÃO

Esta edição do Jornal Nacional teve a duração de mais de uma hora, diferente do que o público está acostumado e foi praticamente dedicada ao velório das vítimas do acidente. De treze reportagens, onze tinham relação com a tragédia, sem contar notas e entradas ao vivo do correspondente na Bolívia.

A montagem das reportagens em offs e cobertas com as imagens de apoio favoreceu o Jornal, que pode usar diversos momentos capturados durante o dia com a cobertura do velório. As interferências dos repórteres serviam de ponte na construção da reportagem. O que era mais importante eram as imagens exibidas e não o texto.

⁸É a fala do entrevistado na matéria.

Todos os VT pareciam um capítulo da história, sempre deixando vestígios para a próxima reportagem que seria exibida. A matéria seguinte iniciava justo no momento parado pela anterior. Sendo assim, o telespectador não perderia nenhuma parte.

Foram poucos os momentos que os elementos listados para análise das cenas foram utilizados nas reportagens exibidas pelo Jornal Nacional. A edição usa mais imagens secas e estáticas, no sentido que não há movimentação da câmera, do que zoom e enquadramentos diferentes; utilizam o corte seco.

Já em relação ao som, a edição das reportagens soube utilizar os elementos em momentos certos. Como dito antes, os offs foram usados para dar ligação entre uma parte e outra. O “sobe som” quase não era música que causaria no público algum sentimento. Foram utilizados sons capturados pelas gravações como, o barulho da turbina dos aviões, gritos e aplausos da torcida.

As entrevistas foram incumbidas de transparecer os sentimentos das reportagens. Elas eram curtas, não passavam de vinte segundos, mas deixavam o seu recado. Como no VT, em que torcedores relacionaram a chuva a tristeza dos moradores e outra reportagem que exibiu brasileiros de vários pontos do país que foram entrevistados na intenção de mostrar a compaixão com Chapecó.

5.4 CONEXÃO REPÓRTER: O ÚLTIMO VOO

No domingo, 4 de dezembro, Roberto Cabrini mostrou com exclusividade o local e os detalhes da tragédia envolvendo o time da Chapecoense e jornalistas. O repórter conversou com pais e esposas das vítimas, mostrando os detalhes da queda do avião e possíveis motivos do acidente.

O programa inicia com uma grande escalada. Em aproximadamente oito minutos, Cabrini relata e mostra trechos das matérias que serão exibidos na edição. A escalada começa com imagens dos destroços e em seguida para o vídeo de comemoração da classificação da equipe para a final da Sul-Americana. Durante a exibição do vídeo, em um determinado momento, para acompanhar o tom de comoção do off de Cabrini, a edição retira o som dos gritos de comemoração e escurece a imagem.



Figura 5 A edição retira o som dos gritos de comemoração da classificação e escurece a imagem.

Em seguida, exibem as imagens dos jogadores embarcando para a partida, dos destroços, com um BG ao fundo indicando alerta, atenção. Imagens dos objetos pessoais das vítimas entre os destroços, imagens dos camponeses levando os objetos, do velório e trechos de entrevistas, com um BG ao fundo indicando complacência.

Exibe trecho da entrevista com o comissário Erwin Tumíri; e o trecho da gravação da conversa entre o piloto e a torre de controle, com BG, indicando alerta; trecho da entrevista com o pai do jogador Alan Ruschel.

Após a escalada, o programa inicia com imagens dos jogadores aguardando o voo em aeroporto na cidade de São Paulo, em seguida, mostra trechos da entrevista cedida pela tripulação a uma equipe de televisão boliviana. Na sonora do piloto, Miguel Quiroga, ele foi interrompido por um dos jogadores da equipe que disse “É uma final muito importante e conduzidos pela LaMia, nós estamos bem”.

Em seguida, enquanto em off, Cabrini relata as informações técnicas da aeronave da LaMia, imagens de um dos aviões da empresa são exibidas. Depois, é mostrada a simulação da queda do avião, com um BG indicando alerta, atenção. Após isso, imagens dos jogadores, do painel de controle de uma aeronave e de uma antena de uma torre de comando são mostradas.

Depois, o trecho da gravação entre Torre de comando e piloto é transmitido inteira. Em seguida, é exibida a entrevista com o Décio Corrêa, presidente do Congresso Nacional de Aviação Regional (Conar).



Figura 6 Especialista é entrevistado com o intuito de dar um respaldo técnico da causa da queda do avião.

Logo, em off, Cabrini explica questões sobre a autorização do voo e as possíveis causas, com imagens dos destroços. Em seguida, é mostrada a coletiva de imprensa do secretário de Segurança Aérea Civil da Colômbia, Fredy Bonilla, confirmando que a aeronave não tinha combustível quando caiu.

Em seguida, são mostradas imagens dos resgates, dentre eles, o do comissário Erwin Tumiri. Logo, foi transmitida a sua entrevista, onde ele explica como sobreviveu, suas recordações dos momentos antes da queda e do que ele lembrava quando acordou. Depois, foram exibidas imagens dele saindo do hospital e trecho de seu vídeo de agradecimento.

Depois, foram mostradas imagens do jogador Alan Ruschel chegando ao hospital, imagens de resgate, imagens da retirada dos corpos dos destroços e imagens das operações da polícia colombiana no local, enquanto Cabrini explicava como foi organizada a operação de resgate de vítimas.

Em seguida, foram mostradas imagens da equipe do Conexão Repórter chegando ao local do acidente; da estrada de acesso ao local; do pé do repórter caminhando pela estrada estreita e com muita vegetação, com um BG que expressa suspense.



Figura 7 Cinegrafista filma o pé do repórter para registrar dificuldade para chegar ao local da queda.

Foram transmitidas, em seguida, mais imagens dos destroços; do Cabrini se aproximando dos destroços, ao lado e no meio deles; e imagens dos camponeses que pegaram os objetos das vítimas. Depois, dois camponeses são entrevistados.

Imagens das malas e mochilas; camponesas colocando flores junto de uma cruz a poucos metros dos destroços; do material da imprensa e de Cabrini com uma Bíblia na mão. Em uma passagem, o repórter pega a Bíblia e lê uma passagem que estava marcada e encontra dentro dela algumas anotações, e Cabrini também as lê. Depois, descobre que a Bíblia foi presente dado pela esposa do zagueiro, sobrevivente, Neto, a ele, exibem imagens do resgate do jogador. Mostram também, fotos dele com a esposa e um vídeo dela, publicado nas redes sociais, lendo um versículo da Bíblia.



Figura 8 Cabrini encontra uma bíblia entre os destroços.

Após, são exibidas imagens do encontro do Cabrini com a esposa do jogador. Ele abre a bíblia e mostra para ela às anotações, a mulher chora ao folhear a bíblia e encontrar as anotações do marido e desenhos das filhas.

Logo após, são mostradas imagens do aeroporto de Chapecó, dos torcedores chorando na Arena Condá, da torcida batendo palmas e cantando “Eu sou Chapecoense com muito orgulho e com muito amor”; dos familiares chorando, dos jogadores que não foram escalados para a partida; da arquibancada iluminada com os celulares dos torcedores; e imagens das homenagens no estádio colombiano, onde ocorreria a partida. Durante as homenagens colombianas, a cada nome de jogador citado, uma criança soltava um balão, cenas do público chorando no estádio e do discurso do ministro das Relações Exteriores, José Serra.

Depois são exibidas imagens das instalações do Clube; entrevista com o roupeiro, Jorge; com a Jaqueline, esposa de uma das vítimas; com o Adriano, irmão do massagista Serginho; com as lavadeiras; com o zagueiro Demerson e com o goleiro Marcelo; cenas da torcida; entrevista com o prefeito de Chapecó, Luciano Buligone com o diretor jurídico do clube.

Em seguida são exibidas imagens de aviões da LaMia, fotos do piloto, do piloto com os jogadores e familiares, enquanto Cabrini, narra em off, a trajetória dele; retoma explicação do especialista do Conar, sobre a quantidade de gasolina. Depois, um off explica o

plano de voo com imagens da funcionária boliviana que o questionou. Logo seguido por cenas dos caixões embarcando para o Brasil; do cortejo em Chapecó, das homenagens no estádio; do velório das demais vítimas.

Logo após, foi exibida a entrevista com a Rosângela, esposa de Kleber Santana. A viúva exibe a tatuagem que fez com o rosto do marido e comentou sobre planos de viagens que ela e outras esposas de jogadores tinham combinado para depois da participação do clube na Sul-Americana.

Também são exibidas entrevistas com os médicos Marcos André Sonagle, ortopedista, e Edson Stakonsi, cardiologista, para comentar o estado de saúde dos quatro jogadores que sobreviveram.

O programa finaliza com a entrevista com Flavio Ruschel, pai do jogador Alan Ruschel. Ele contou sobre o estado de saúde do filho, as primeiras perguntas feitas por ele e para ele e sobre as recordações da tragédia.

5.4.1 OBSERVAÇÃO

A montagem do programa utilizou o recurso, off + imagens de apoio, para favorecer a construção da narrativa, como foi realizado na edição do Jornal Nacional analisada neste trabalho. Por ter um formato diferente do telejornal global, o Conexão Repórter pode fazer mais do uso dos elementos de som e imagem em sua produção. Como havia citado anteriormente, em um determinado momento, o vídeo dos jogadores torcendo no vestiário “perde” o som e a cor no exato momento do texto do repórter em que ele quer transmitir a comoção devido às mortes.

Entre as passagens e offs de Cabrini, muitas imagens, de ângulos diferentes, foram utilizadas. O cinegrafista filmou os pés do repórter para transmitir ao público a dificuldade para chegar ao local.

No programa, as imagens ganham movimento. O cinegrafista aproxima a imagem do rosto do entrevistado em momentos de emoção; inicia o quadro em um determinado ponto e anda para outro; e foca em alguns detalhes, quando quer destacá-lo.

Já no quesito som, os efeitos sonoros são utilizados para levar o telespectador a sentir as emoções que o programa quer que ele sinta. Eles também são usados para passar a emoção daquele determinado momento, que está sendo exibido.

As entrevistas são mais longas, pois não querem apenas transmitir um sentimento, e sim que você sinta e aprofunde sobre ele. Associadas ao BG e jogo de aproximação do

quadro da imagem, as entrevistas prendem o telespectador, além de abordarem pontos ainda mais delicados sobre a tragédia.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na era da tecnologia, as barreiras entre o mundo dos Olímpianos e dos mortais já não estão existem mais. O público que ver, sentir e ser aquele famoso que sempre almejou.

A espetacularização faz parte da vida contemporânea. Não há um elemento da sociedade que não vive os seus momentos espetacularizados, ainda mais, no mundo das celebridades.

Com esse estudo, podemos perceber que mesmo com os avanços tecnológicos, a mídia ainda é um reflexo da sociedade e se ela quer ver e esmiuçar uma tragédia, que vitimou 71 pessoas, sendo ético ou não, haverá uma cobertura jornalística devido à importância do caso.

Este trabalho enumerou dozes valores notícias. Sendo destes, nove correspondentes ao caso da Chapecoense. Por isso, direcionamos a análise a maneira de como as emissoras atraem o público. A questão que deve ser levada em consideração é até onde o jornalismo deve ir atrás de audiência e como serão utilizados os meios para conseguir alcançá-la. Vimos, que depois de anos, o jornalismo da Globo ainda se mantém no seu padrão, nada de diferente do usual. O momento mais curioso é que a rigidez do jornalismo global permitiu que uma repórter entrasse no ônibus com os familiares das vítimas e acompanhasse e narrasse tudo que ela via e sentia.

Provavelmente, essa foi a tentativa de capturar os telespectadores mais “viciados” em tragédias. No mesmo dia, a Rede Globo transmitiu o velório das vítimas, narradas pelo Galvão Bueno, que geralmente é escalado para momentos emblemáticos, durante a tarde de sábado. A reportagem exibida no Jornal Nacional sobre os bastidores da cerimônia serviu de atrativo para os telespectadores.

Já no Conexão Repórter, percebemos que o intuito é levar a tragédia para dentro da casa do telespectador. Em oito minutos de apresentação do programa, Cabrini entrega tudo que será exibido no programa para deixar o seu público instigado e informado.

O jogo de imagem e sons utilizados na montagem de programa sencionaliza e banaliza da tragédia. Após um dia da queda do avião, a equipe já estava na Colômbia com o intuito de visitar o local. No programa, além de Cabrini remexendo nos itens pessoais das vítimas, vimos pessoas saqueando os objetos sem sofrer represália.

Dessa forma, muitos internautas criticaram a postura do jornalista, que postou imagens no local do acidente em suas redes sociais. “Meu Deus, Roberto pra que isso?”, disse

um. “Já passou dos limites do jornalismo”, afirmou outro. “Puro sensacionalismo, triste aproveitar isso em uma tragédia dessas”, argumentou um terceiro.

Como um internauta mesmo disse: Já passou dos limites do jornalismo. Será mesmo que passou? Qual é o limite do jornalismo? Se pensarmos nos doze critérios de noticiabilidade elencados nesse trabalho, com certeza, perceberemos que a tragédia da Chapecoense corresponde a todos. Além disso, o jornalismo ainda informa o que o público, ou parte dele, quer ver.

Nas redes sociais, a matéria realizada por Kíria Meurer também recebeu críticas. “Gravar as famílias indo para o enterro de seus familiares é algo que não precisava, esse momento de dor merecia respeito”, afirmou um internauta. “Achei desrespeitoso o ‘Jornal Nacional’ mostrando a dor dos familiares no momento tão íntimo. Como no ônibus e naquela área reservada [dentro do estádio]”, comentou outro usuário. “Terrível essa cobertura feita pelo Jornal Nacional com foco dentro (com celular em punho) do espaço de luto”, criticou um internauta. “É sério que o Jornal Nacional usou câmara escondida pra entrar em um velório da Chapecoense”, disse outro usuário.

Apesar do público que utiliza as redes sociais ser mais crítico e possuir mais espaço para discussão, boa parte da população brasileira ainda tem na televisão o seu refúgio e momento de se informar. Para prender esses telespectadores as emissoras têm apostado em programas e reportagens que chamam atenção do público e apelam para o sentimento de revolta e comoção. A prova disso é o número de programas policiais que ainda estão no ar e mantêm uma boa audiência.

Além da batalha entre as emissoras de televisão aberta, elas devem concorrer também com os portais de notícias que estão cada vez mais apostando em uma plataforma multimídia, no qual você lê, ouve e assiste vídeo onde e quando você quiser.

A internet também democratizou a produção de conteúdo. Atualmente, qualquer um com celular pode criar um site e iniciar um portal de notícias de sua cidade. Um grande exemplo que nós temos em Juiz de Fora é a página no Facebook, JF da Depressão. Porém, apesar da democratização, os canais abertos ganham pontos devido à credibilidade. O público ainda acredita no que é noticiado na tevê.

O caso da Chapecoense, como dito anteriormente corresponde a nove valores-notícia, por isso, deveria ser noticiado, mas a maneira que ele é retratado extrapola os limites, não apenas do jornalismo mais também o humano. A dor dos familiares não deveriam ser pautados e transformados em notícia.

Em suma, nessa equação, um dos meios de comunicação mais acompanhados e com credibilidade, mas que enfrenta dificuldades nas disputas entre emissoras e portais de notícias atrai o seu público ao explorar o imaginativo e desejo do mesmo.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: 70. 2011
- BELTRÃO, L. **Teoria e prática do jornalismo**. [s.l.]: Omnia, 2006.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Oeiras: Celta, 1997.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. 2000.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ERBOLATO, M.L. **Técnicas de codificação em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 1885.
- ERICSON, Richard V.; BARANEK, Patricia M.; e CHAN, Janet B. L. **Visualizing Deviance: A Study of News Organizations**. Toronto: University of Toronto Press. 1987
- FORD, A. **La marca de labestia – Información, desigualdades e infoentretenimento em la sociedade contemporânea**. [s.l.]: Norma, 1999.
- FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Construção jornalística e dizer social**. IN: MOUILLAND, Maurice; PORTO, Sérgio D. (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- FRAZÃO, Samira Moratti. O preço do espetáculo: a espetacularização da TV no Brasil. **Revista Anagrama**, São Paulo, edição 1, p. 1-9, nov. 2007.
- GALTUNG, Johan; RUGE, Marie Holmboe. **The Structure of Foreign News**. *Journal of International Peace Research*, Vol.1, 1965/1993.
- GANS, Herbert. **Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Evening News, Newsweek, and Time**. New York: Pantheon Books, 1979.
- GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience**. Boston: Northeastern University Press, 1975.
- GOLDING, P; ELLIOTT, P. **Making the News**. London: Logman, 1978.
- GONZAGA, Luiz. **Teoria da Notícia: As relações entre o real e o simbólico**. In: Porto, Sergio (org.). **O Jornal: Da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- HALL, Stuart. **The Narrative Construction of Reality: An Interview with Stuart Hall**. *Southern Review*, Vol.17, nº1, 1984.
- HARTLEY, John. **Understanding News**. London: Methuen, 1984.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: 2001.
- MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **The Agenda-Setting Function of the Media**. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, 1972.

MCCOMBS, Maxwell E.; SHAW, Donald L. **The Evolution of the Agenda-Setting Research: Twenty-five years in the marketplace of ideas.** Journal of Communication, Vol. 43, nº2, 1993.

MOUILLAUD, Maurice. **As grandes mortes na mídia.** In Porto, Sérgio (Org.). O Jornal: Da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 1997.

NETO, Antônio Fausto. **Mortes em Derrapagem – Os casos Corona e Cazuza.** Rio de Janeiro: Rio Fundo Editora Ltda., 1991.

RANGEL, Marcelo Melo. **Informação x Espetáculo: O Conflito no jornalismo contemporâneo.** Brasília: 2006.

RODRIGUES, Adriano. **Delimitações, natureza e funções do discurso midiático.** In: PORTO, Sérgio (org.). O Jornal: Da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 1997.

RODRIGUES, José Carlos. Quando a Morte é a Festa. **Revista Comum**, Rio de Janeiro, nº9, 1985.

SODRÉ, Muniz. **A Narração do Fato - Notas para uma teoria do acontecimento.** Petrópolis: Editora Vozes, 2009.

STEPHENS, Mitchell. **A History of News.** New York: Penguin Books, 1988.

TRAQUINA, Nelson. **A Teoria do Jornalismo. A Tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional.** Florianópolis: Insular, 2. ed., 2008

TUCHMAN, Gaye. **Making News: A Study in the Construction of Reality.** New York: The Free Press, 1978.

TUCHMAN, Gaye. **Telling Stories.** Journal of Communication, Vol. 26, nº4, 1976.

VIVALDI, G.M. **Curso de redacción: del pensamiento a la palabra.** Madrid: Paraninfo, 1974.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Portugal: Presença, 1994.