

Karla Marthinna Viana Correia

**Análise de Conteúdo
do Jornalismo Impresso
Natalense**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte
Natal, 2007

Índice

1	Introdução	9
1.1	Situação problemática	12
1.2	Objectivos	12
1.2.1	Objetivo Geral	12
1.2.2	Objetivos Específicos	12
1.3	Hipóteses e variáveis	13
1.4	Justificativa	15
2	Referencial teórico	17
2.1	A Escola de Frankfurt e a Teoria Crítica Social	17
2.1.1	A Indústria Cultural e a Cultura de Massa	20
2.2	A sociedade de massas	25
2.2.1	Construção social da realidade através da mídia	31
2.2.2	A sociologia da violência	34
2.3	Mídia e violência – Uma relação que precisa ser entendida	38
2.4	Sensacionalismo no Jornal Impresso	42
2.5	A linguagem jornalística e suas características	49
2.5.1	Notícia, <i>lead</i> , reportagem	51
2.5.2	Critérios de noticiabilidade	61
3	Objeto e método	65
3.1	História da imprensa norte-riograndense	65
3.1.1	Jornais e jornalistas natalenses	69

3.1.2	Museu da Imprensa do Rio Grande do Norte	72
3.2	História do <i>Diário de Natal</i>	74
3.2.1	Um jornal e seus cadernos	82
3.2.2	Sua estrutura física e circulação	85
3.3	História da <i>Tribuna do Norte</i>	88
3.3.1	Os fundadores	90
3.3.2	Os profissionais que fizeram a história da <i>Tribuna do Norte</i>	92
3.3.3	O expediente, a caracterização e a circu- lação atual da <i>Tribuna do Norte</i>	94
3.4	Metodologia	98
4	Análise de dados	103
4.1	Análise de conteúdo do <i>Diário de Natal</i>	103
4.2	Análise de conteúdo da <i>Tribuna do Norte</i>	127
5	Conclusão	145
6	Referências	155
7	Apêndices	161

Monografia apresentada à Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito final para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Érica.

*Dedico à mim, Karla Marthinna Viana Correia, pela coragem,
decisão, planejamento, esforço, abdicção e dedicação.*

*“... Aqui, deposta, enfim, a minha imagem
Tudo o que é jogo e tudo o que é passagem. No interior das
coisas canto nua. Aqui livre sou eu — eco da lua...”*

Sophia de Melo.

Resumo

Esta pesquisa tem por objetivo analisar o tratamento que o jornalismo impresso local dá à violência. Foram estudados os dois jornais de maior circulação de Natal (*Tribuna do Norte e Diário de Natal*) nos meses de julho, agosto e setembro, diariamente. Para iluminar os caminhos que levaram às análises foram debatidos conceitos como, a Indústria Cultural, o Sensacionalismo, a Violência, a Ética, a Sociologia, a Linguagem Jornalística, a Teoria das Notícias etc. Como métodos de pesquisa foram utilizados o indutivo e o dedutivo; já como técnicas, a pesquisa documental, a bibliográfica, a análise quantitativa e qualitativa, e a entrevista, se fizeram mais presentes. A composição da manchete, do corpo das notícias, as ilustrações, a disposição das fotos, o tamanho das imagens, a pesquisa de fontes etc, foram os itens mais observados dentro de cada análise. Os resultados permitiram identificar equívocos na cobertura da violência pelo jornal impresso, tais como: sensacionalismo nas manchetes, exploração excessiva do tema *violência*, presença dos valores-notícia *morte e quantidade*, preferência pelos números e não pelas problemáticas, ausência de matérias reflexivas e educativas que tratem do tema, exposição problemática da imagem dos acusados e das vítimas, ausência de respostas ao *lead* em boa parte das notícias, presença de discurso unilateral, ausência de consulta às fontes relevantes, presença de vocabulário repetitivo e pobre dentro dos textos, identificação do teor, sempre, negativo das notícias, ausência de assinaturas dos jornalistas nos textos publicados, entre outros.

Palavras-chaves: Jornalismo Impresso, Análise de Conteúdo, Violência, Tribuna do Norte, Diário de Natal.

Capítulo 1

Introdução

Este trabalho de conclusão de curso tem como tema o Jornalismo Impresso. O objetivo foi fazer uma análise de conteúdo dos dois maiores jornais impressos de Natal (*Diário de Natal* e *Tribuna do Norte*) a partir da coleta, da organização, da interpretação e da estruturação de dados reais. O que se pretendeu foi investigar a maneira como é feita a cobertura jornalística pela mídia impressa local, atualmente. No decorrer da pesquisa, desejou-se trabalhar com teorias e conceitos como, a Indústria Cultural, o Jornalismo Impresso, a Violência, o Sensacionalismo no meio impresso etc. Para tanto, foi feita uma pesquisa bibliográfica intensa, bem como documental.

A cultura como negócio. É assim que pensadores como Adorno (1967) analisam a conjuntura sócio-cultural em que vive a sociedade atualmente. Bens considerados culturais e valorosos para uma determinada sociedade são comercializados e possuem valor regido pela economia, e não pela sua importância histórico-cultural. Trata-se de uma organização de dominação da massa que tem seus fins comerciais realizados através de uma sistemática de reprodução e de propagação da cultura de um povo, ocasionando com que este perca a sua identidade e com que esta seja fragmentada com o passar do tempo.

De acordo com essas políticas econômicas da contemporanei-

dade, os meios de comunicação de massa objetivam o lucro a todo custo, provocando o que se pode chamar de superexposição de determinados temas pela mídia impressa, tais como a criminalidade e a sexualidade, pautas preferidas dentro do meio comunicacional sensacionalista. Restringindo-se ao campo do Jornalismo Impresso e levando-se em consideração a temática da violência, invariavelmente, exposta em tais veículos, pode-se afirmar que, a partir desta prática, criou-se a “cultura da violência”.

A violência torna-se um item obrigatório na visão de mundo que nos é transmitida. Cria a convicção tácita de que o crime e a brutalidade são inevitáveis. (...) A imoralidade da cultura da violência consiste justamente na disseminação de sistemas morais particularizados e irreduzíveis a ideais comuns, condição prévia para que qualquer atitude criminosa possa ser justificada e legítima. (...) Em segundo lugar, a cultura da violência, valorizando a utilização da força, constrói uma nova hierarquia moral. O universo social simplifica-se monstruosamente entre fortes e fracos. (FREIRE COSTA, 1993:84-5)

O que ocorre na atualidade é uma banalização das infrações e uma ampliação dos riscos, que faz florescer o medo, o caos e as síndromes de pânico. Segundo Freire Costa (1993), falar da violência a toda hora é como se fosse uma defesa contra o medo. Esse hábito de ver, ler ou assistir à violência, diariamente, é chamado por Mackay (2001) de “delírio coletivo”. A prática é antiga, só mudou de meio. É o que ocorre quando um país inteiro, de tanto conviver com o exercício da violência exibida pelos veículos de comunicação, começa a concordar com as ações violentas adotadas pela polícia, as quais ferem, claramente, os Direitos Humanos que todos têm garantidos. O que se sabe é que a imprensa é uma das mais incisivas formas de se propagar e acirrar a violência.

Para comprovar essa nova cultura, Elizabeth Rondelli (2000) diz que, essa obsessão adquirida pela violência se mostra mais aparente quando se trata de fatos envolvendo a polícia. Em seus

estudos ela pôde perceber que as pessoas se apresentavam mais comovidas quando os policiais faziam parte do ato violento. Em seus estudos ela questiona o porquê de uma instituição que está ali para proteger, age com violência e todos admiram. Além disso, a pesquisadora afirma, que os meios de comunicação trabalham como macrotestemunha social, o que reafirma o conceito de que os meios mostram de maneira exagerada a violência para o público. O que ocorre é que, nesse sistema, a mídia passa a interferir no fato, dramatizar a cobertura do episódio violento e, por conseguinte, incita vários tipos de sentimentos no público, como: raiva, piedade, ódio, indignação, ansiedade etc.

A partir desses conceitos, percebe-se que o Jornalismo Impresso, também, pode atuar como produtor de neuroses sociais, devido o conteúdo exibido se configurar como de baixa qualidade, seja por fotografias que se mostram bastante apelativas, seja pela exploração demasiada de um determinado tema se apresentar cansativa. A interferência dos gestores, essencialmente, preocupados com o lucro, nas redações, origina, com assiduidade, uma falta de investimento nos fatores que poderiam gerar a qualidade editorial de um jornal.

Dessa forma, é necessário que se pense melhor sobre como esses tipos de notícias e reportagens estão sendo veiculadas e lançadas para a sociedade. É preciso que se tenha em mente que tudo que é exposto para o público terá alguma repercussão boa ou má. É importante que se saiba, que o jornalismo sensacionalista deturpa o real e, por vezes, transmite à sociedade uma violência que não existe naquela dimensão.

Levando-se em consideração que o papel do jornalista profissional é perceber, captar e traduzir as informações do meio para a população, reside aí a importância de se fazer um estudo que vise compreender essa cultura midiática e que objetive, também, interpretar os critérios de noticiabilidade que a mídia impressa utiliza.

1.1 Situação problemática

Como a Violência, levando em consideração as agressões físicas, é tratada na mídia impressa de Natal?

1.2 Objectivos

1.2.1 Objectivo Geral

O objetivo desse estudo residiu em compreender e analisar o Jornalismo Impresso junto à Indústria Cultural, ao sensacionalismo e outros conceitos, para que assim, pudesse ser possível tomar conhecimento de como as publicações são abordadas nos jornais *Diário de Natal e Tribuna do Norte* no que tange à temática da Violência física, e dentro dessa perspectiva, fazer o papel de agente fiscalizador da mídia.

1.2.2 Objectivos Específicos

Coletar, organizar, interpretar, analisar e estruturar dados reais sobre a forma como é feita a cobertura jornalística pela mídia impressa de Natal, atualmente. Nessa pesquisa monográfica, ainda pretendeu-se quantificar, a partir do processo de coleta de dados, as matérias relacionadas à Violência física, para saber e apontar, com isso, o nível de exploração sobre o assunto por parte do *Diário de Natal e da Tribuna do Norte*.

Teve-se a intenção, ainda, de analisar esses dados fazendo uso de estudos relacionados à Comunicação e à Sociologia, para mostrar à sociedade e aos veículos de comunicação impressa, em geral, que, se detectada, a superexposição da violência, além de ferir os valores humano-sócio-culturais, pode acarretar vários problemas sociais, e ir de encontro ao princípio ético do jornalismo, que é resguardar a informação apurada e real ao público, mas sem fazer uso de divulgação de fatos de caráter mórbido e contrário aos valores humanos.

Com essa pesquisa de incidência local pôde-se ter uma visão mais ampla do que, possivelmente, pode ocorrer também em outros lugares, tanto no Brasil quanto no mundo. Ainda pretendeu-se, nesse estudo, determinar quais são os critérios de noticiabilidade presentes nessas duas empresas em específico, e definir que tipo de linguagem é utilizada por estes veículos para divulgar suas informações. Dessa forma, se faz necessário desenvolver mais estudos nessa área a fim de contribuir para uma mídia mais qualitativa, seletiva e com profissionais mais comprometidos com a função social do Jornalismo e com os Códigos de Ética atuais, e não com as bases capitalistas de lucro.

1.3 Hipóteses e variáveis

- As manchetes relacionadas ao tema Violência são sensacionalistas.
- Os jornais privilegiam os números.
- Os jornais privilegiam a problemática.
- O conteúdo das informações veiculadas expõe, demasiadamente, vítima e acusado.
- As fotografias dispostas nos jornais são apelativas.
- A exploração do tema é feita de maneira exagerada.
- A banalização e comercialização da violência é excessiva.
- Os profissionais do jornalismo não estão sendo éticos divulgando, exacerbadamente, matérias de conteúdo mórbido e que vão de encontro aos valores humano-sócio-culturais e aos Códigos de Ética vigentes.
- A linguagem utilizada no corpo das reportagens feitas pelos jornalistas é agressiva.

- Os jornais estão sendo imparciais.
- É inexistente uma atenção especial nas reportagens com relação às causas daquele ato de violência.
- As reportagens apenas noticiam os fatos.
- Os repórteres não ouvem todas as fontes que precisam ser ouvidas (oficiais, vítimas ou parentes, acusados ou advogados e especialistas) ou estas são insuficientes na veiculação das matérias.
- Existem textos relacionados à Violência que são de natureza pedagógica ou reflexiva.
- Os problemas de violências locais ou nacionais mais relevantes recebem uma divulgação preferencial.
- O teor dessas informações são sempre negativas.
- As notícias são tratadas como escândalo.
- São identificáveis alguns valores notícias.
- As notícias não são assinadas.
- Nas fotografias é exibida mais a figura do negro e do pobre, do que do branco e do rico.
- A imagem que o jornalismo impresso está construindo sobre a violência é problemática e preconceituosa.
- Existem equívocos nas coberturas da violência no jornal impresso.
- Há casos de agendamento.
- As fotos reforçam o texto.

1.4 Justificativa

Este trabalho de conclusão de curso teve a sua justificativa apoiada em quatro razões: a primeira de natureza teórica; a segunda, técnica; a terceira, ética; e a quarta, social. Em primeiro lugar, no campo da teoria, pretendeu-se reformular questões teóricas que não condizem com a prática. Partindo para outro lado, pôde-se destacar a questão técnica que por analogia não está, também, condizendo com a teoria. É necessário que se saiba o que está ocorrendo, que conflito é esse que desnorteia a prática jornalística. Ainda dentro do campo desta pesquisa, coube investigar acerca de questões éticas, morais, culturais e sociais que abarcam a temática da violência e a estreita relação que a mídia impressa mantém com esse tipo de assunto, pois o jornalismo impresso tem obrigação de ser comunicação útil. Levar informação, jornalisticamente falando, significa noticiar o que é importante para a sociedade, porque é ela quem consome o que está sendo veiculado, e por isso, nada mais justo que este material contenha objetos do seu interesse e não do interesse dos agentes do poder.

Dessa forma, fica claro que a intenção desta pesquisa foi vigiar, fazer leituras sobre que discurso midiático é esse que está sendo produzido. O que se sabe é que desde sempre, na imprensa em geral, os temas agressão física e homicídio são pautas cruciais em qualquer veículo. Não que esses assuntos não necessitem ser retratados nos meios de comunicação, o que se deve reformular é a forma como eles são reproduzidos para a sociedade atualmente. É preciso que se haja reportagens investigativas a respeito das causas desses delitos e, não, simplesmente, relatá-los. Faz-se imperioso que a imprensa busque causas para as conseqüências dos atos violentos que ela noticia, e, que deixe claro, qual o critério de noticiabilidade que ela adota nesses casos, além de ter cuidado ao veicular imagens muito chocantes ou que não condizem com a realidade.

Um dos maiores erros cometidos pela mídia, em geral, é veicular a imagem do negro e pobre à violência, quando se sabe que a

violência está presente em todos os cantos, sem distinção de cor e situação financeira. De forma objetiva e minuciosa, as fotografias veiculadas serão analisadas com o intuito de conferir qual o papel que a mídia está dando a determinadas classes sociais, ou seja, é imperioso saber se os negros ou os pobres estão sendo tratados de maneira marginal nas situações de violência, o que incitaria ainda mais o preconceito existente e já enraizado na sociedade brasileira.

Foi buscando esses esclarecimentos e essas respostas que foi feita uma coleta de dados referente aos meses de julho, agosto e setembro do ano de 2007. Nesse período, escolhido por não haver grandes eventos como, por exemplo, eleições, copa do mundo, visita do Papa ao Brasil etc, pôde-se analisar e categorizar as reportagens e as notícias que condizem com os preceitos do jornalismo ético e social e as que foram de encontro aos métodos aqui considerados adequados.

Nesse caso, ainda se faz importante deixar claro que, não somente o meio acadêmico precisa ter conhecimento de certas forças que atuam no processo da cobertura jornalística, a sociedade precisa ter acesso ao que se está sendo pesquisado e debatido, para que ela mesma possa, também, desenvolver seu senso crítico e selecionar as informações que, a partir de então, irão compor seu conhecimento de mundo e das causas sociais.

Porém, mais do que tudo, se faz imperioso, que os próprios veículos de comunicação analisados tenham conhecimento desta realidade, aproveitando as sugestões que são oferecidas nesta pesquisa, e aplicando-as, em suas redações para que alcancem a boa qualidade e responsabilidade editorial.

Capítulo 2

Referencial teórico

2.1 A Escola de Frankfurt e a Teoria Crítica Social

O jornalismo impresso atual possui relação direta com as idéias surgidas na *Escola de Frankfurt*, pois sofre, principalmente no meio acadêmico, críticas constantes sobre a forma como vem sendo construído. Muitos estudos mostram, que a maioria das mídias de hoje se venderam à cultura do *dinheiro falso*. O jornalismo, mais especificamente, a cada dia que passa, está mais vendido e mais comprometido, não com seus leitores (como deveria ser), mas com as empresas que patrocinam os periódicos. Os estudiosos que serão abordados nesse capítulo pensam nesse tipo de comércio como uma indústria cultural, a qual será estudada mais à diante. O que será expresso aqui é uma forma de criticar os meios de comunicação, que estão se disseminando por ai á fora com linhas editoriais duvidosas.

Nesse contexto, é importante que se saiba que a origem do termo *Escola de Frankfurt* remete a uma identidade histórica surgida a partir de 1920 com a criação do *Instituto de Pesquisa Social*, em Frankfurt na Alemanha. Segundo Freitag (1988), o grupo de pesquisa era formado por “intelectuais marxistas não ortodo-

xos que permaneceram à margem de um marxismo-lenismo ‘clássico’, seja em sua versão teórico-ideológica, seja em sua linha militante e partidária” que perdurou até hoje.

Dentro dessa escola surge a denominada *Teoria Crítica*, uma espécie de teoria social que enxergava na cultura de massa uma forma de dominação mais fina e menos perceptível, e por isso tão mais assustadora. É, de fato, o que ocorre hoje. Os meios são usados para defender a posição de determinado candidato político ou para se opor a um outro. Esse tipo de conduta mostra claramente uma forma de se induzir ou manipular a sociedade que toma os jornais como referência para o que é certo ou errado.

Na tentativa de fundir o comportamento crítico nos confrontos com a ciência e a cultura, a *Teoria Crítica* traz uma proposta política de reorganização racional da sociedade, de modo que seja superada a então crise da razão. Esta teoria, ainda, discute acerca de fenômenos provocados pelas forças sociais.

Nesse momento é crucial que se faça um breve histórico acerca das fases por quais passaram as idéias da *Teoria Crítica*, histórico tal, delimitado por obras produzidas, tais como: A criação do *Instituto de Pesquisa Social* (1922-1933) marcando a primeira fase; O período de emigração para os Estados Unidos (1933-1950) evidenciando a segunda fase; A reconstrução do *Instituto de Pesquisa Social* em Frankfurt (1950-1970) apontando para a terceira fase; e o renascimento e a superação da *Teoria Crítica* (1970-1985) fechando o que se pode chamar de quarta fase. *O Instituto de Pesquisa Social* é datado de 1922, na Turíngia e tinha como objetivo documentar e teorizar os movimentos operários da Europa na década de 20. Nomes como Félix Weil, Karl Korsh, Lucáks, Pollock e Wittfogel formam esse grupo de pesquisa, que é fundado oficialmente por Weil em 3 de fevereiro de 1923, e tem como seu primeiro diretor Kurt Albert Gerlach.

Com o tempo, o *Instituto* vincula-se à Universidade de Frankfurt, porém busca manter autonomia acadêmica e financeira. Em 1923 Gerlach morre e Carl Grünberg assume a direção do Instituto até 1930. *A partir de então, Max Horkheimer se torna o*

novo diretor do *Instituto*, que agora opera como um centro de pesquisas. Nesse momento Horkheimer decide mudar sua orientação ideológica e os intelectuais do grupo voltam suas atenções para análises de problemas do sistema capitalista, dando prioridade a temas como a razão, a arte, a cultura, a ciência, o Estado etc. Dentre alguns dos seus principais colaboradores no núcleo de estudo, pode se destacar Adorno, Marcuse, Benjamin, Fromm, Pollock, Wittfogel e Gumperz.

Prevendo as problemáticas que teria com o *Instituto*, Horkheimer instaura filiais deste na Genebra, em Londres e em Paris. Em meio a isso, em 1932, os nazistas apreendem os escritos do *Instituto* e, em 1933, decretam o seu fim.

Segundo Freitag (1994:31), existem três eixos que norteiam as análises e críticas elaboradas pelos pensadores “frankfurtianos”, são eles: “a dialética da razão iluminista e a crítica à ciência; a dupla face da cultura e a problemática da indústria cultural; e a questão do Estado e suas formas de legitimação”. Segundo a autora, mesmo a escola mesclando algumas temáticas em suas análises, essas três indagações foram a base dos seus questionamentos desde sua fundação.

É importante notar, que a atuação conjunta da *Escola de Frankfurt* se deveu “a capacidade intelectual e crítica, sua reflexão dialética, sua competência dialógica ou aquilo que Habermas viria a chamar de ‘discurso’, ou seja, o questionamento radical dos pressupostos de cada posição e teorização adotada”, diz Freitag (1994:33-34).

Podem-se destacar como algumas das principais obras escritas pelo *Instituto*: *A Teoria Crítica*, de Marx Horkheimer; *A Dialética do Esclarecimento* também de Marx Horkheimer juntamente com Theodor Adorno; *Cultura e Sociedade*, *Ideologia da Sociedade Industrial* e *Razão e Revolução*, todos de Herbert Marcuse etc.

Para entender melhor a relação dessas teorias com o jornalismo atual e como alguns desses pensadores organizavam suas idéias, o próximo passo a ser trabalhado diz respeito à indústria cultural e à cultura de massa.

2.1.1 A Indústria Cultural e a Cultura de Massa

Como já foi dito antes, a discussão relativa a indústria cultural surge dentro da *Escola de Frankfurt* e permanece até hoje, pois tal prática está presente de maneira cada vez mais intensa nos meios de comunicação atuais. É dentro da *Escola* que este conceito se propaga e é debatido de maneira aprofundada. Segundo os intelectuais do núcleo, a cultura possui dois apontamentos contrários: um no âmbito da dimensão conservadora, buscando representar e concretizar a ordem estabelecida; e outro, contemplando uma dimensão emancipatória, crítica e delatora da imperfeição e das contradições existentes no sistema.

De acordo com os pensadores que seguiam essa linha, a cultura de massa tem como característica separar os indivíduos, dissolvendo as mediações como a família e os sindicatos, e em consequência disso, acabar com a harmonia coletiva.

Num primeiro momento, em 1932, Adorno apresenta um ensaio que discorre sobre a situação social da música. Nele o pensador afirma que dentro desse sistema capitalista, a música é exclusivamente produzida para posteriormente ser vendida, ou seja, comercializada, trocada por moeda vigente. Assim, o que antes era arte, expressão do ser, expressão social, agora torna-se objeto de valor, não mais sentimental ou artístico, mas de valor de troca. Respeitando esse ciclo, que carece sempre de mais objetos para compra e venda, a música é então, reproduzida e, novamente, vendida. São várias cópias da mesma música espalhadas de maneira irracional e mercadológica, sem que se tenha qualquer atenção ao valor simbólico que ali está embutido.

As mercadorias culturais da indústria se orientam, como disseram Brecht e Suhrkamp há trinta anos, segundo o princípio de sua comercialização e não segundo seu próprio conteúdo e sua figuração adequada. Toda a *praxis* da indústria cultural transfere, sem mais, a motivação do lucro às criações espirituais (...) A autonomia das obras de arte, que, é verdade, quase nunca existiu de forma pura

e que sempre foi marcada por conexões de efeito, vê-se no limite abolida pela indústria cultural. (ADORNO in COHN, 1971, p. 288)

Parece que nesse contexto há algo que se assemelha ao jornalismo impresso discutido nesta pesquisa. Quando se diz, que a música estava sendo produzida para ser, essencialmente, vendida e não apreciada, cai-se na mesma situação do jornal impresso comercializado hoje. Notícias que deveriam ser produzidas para informar à sociedade sobre assuntos realmente importantes, tornam-se produto e a sociedade é transformada em mero consumidor, muitas vezes sendo desrespeitado.

Parando para refletir sobre isso, fica perceptível o que se tem na maior parte do jornalismo impresso atual. O valor dado agora não é mais pelo conteúdo do que é escrito, mas pelas fotos sensacionalistas que são exploradas, pelas notícias de caráter sexual e violento, e não mais de consciência social e política. O jornalismo sem compromisso busca, de uma vez por todas, mostrar o que é interessante e oportuno para ele, e não para o povo.

Fazendo uma breve analogia ao texto de Benjamin (1990), *A Obra de Arte da Era da Reprodutibilidade Técnica*, é possível ponderar que a forma como pensa a maioria dos donos de jornais, atualmente, é a seguinte: se o jornalismo produzido por eles for um jornalismo culto, comprometido com o social e com o cultural, não venderá e nem agradará aos seus patrocinadores, portanto, produz-se notícias sensacionalistas e que não engrandecem em nada a quem lê. Além disso, essa é uma boa maneira de perpetuar o *status quo*. Termos como “assassinatos”, “terror”, “sete mortos no final de semana”, “preso” etc, são os preferidos do jornalismo impresso: é como se quisessem que as pessoas se conformassem com a violência existente e com a falta de segurança generalizada. Dizer que é um serviço de denúncia prestado à sociedade é considerado absurdo, porque todos esses dados existem dentro de uma delegacia de polícia, não precisam ser contabilizados nas páginas dos jornais.

Porém, ampliando essa questão da reprodutibilidade para artes em geral, seria interessante pensar no cinema. Para Benjamin (1990), dentro disso tudo há uma possibilidade de “politização” do consumidor; Isso porque o cinema pode ser visto como arte capaz de provocar mudanças nas percepções e no comportamento de quem o consome, trazendo para estes, educação e ensinamentos sociais. Entretanto, o que ocorre mais comumente, é que esta mesma arte poder ser utilizada como instrumento de “despolitização”, como simples produção voltada para o lazer, para o depósito de frustrações e que visa o relaxamento e o comodismo social de quem consome.

Na mídia impressa atual, o entretenimento, o lazer e a falta de conteúdo imperam. O jornal, mais do que qualquer outro meio, deveria politizar as pessoas e não dá-las divertimento, ou causar espanto com suas notícias escabrosas de horror. Para entender melhor o que ocorre nessas produções jornalísticas e o porquê das mesmas, é preciso que se saiba um pouco acerca da cultura – base de qualquer sociedade.

gMarcuse (1998) afirma que os meios servem para muitas coisas, entre elas, alienar as pessoas. Jogando esse tema para o jornalismo da atualidade, alguns autores defendem, que não existe alienação por parte das mídias em relação ao povo; outros dizem que as mídias são capazes de induzir os indivíduos; e outros, que elas influenciam, mas não determinam o comportamento humano. O que sempre houve, na verdade, foi um grande debate acerca do papel dos meios dentro da sociedade. O que também sempre houve, foi um papel distorcido, invertido e baseado nas relações de lucro e subordinação por parte das empresas jornalísticas em relação aos seus patrocinadores.

Sabe-se, que é, e sempre foi por dinheiro, que muitas empresas mudaram sua linha editorial e se tornarem grandes carneiras a procura da próxima vítima. Depois que se descobriu, que a emoção e a dor dos outros vende muito, os jornais sensacionalistas não pararam mais. Comportam-se de maneira sórdida e não

lamentam se o teto de uma igreja lotada com 300 pessoas cair sobre suas cabeças.

Evidentemente, que o conceito correto para indústria cultural seria uma cultura com sua produção direcionada ao consumo em massa, neste caso, atendendo às necessidades de valor de troca e de valor de uso, diz Freitag (1998). Seguindo essa lógica, a produção cultural (o jornalismo é uma produção cultural) fica vista como um bem qualquer, passível de troca e venda. Assim, uma das características mais evidentes da Indústria Cultural é a que esta possui, deliberadamente, um caráter mercantil, extremamente, servo do modelo capitalista. A partir dessa visão, a produção perde sua originalidade, seu espírito, suas impressões, deixando de ser uma livre expressão subjetiva e peculiar de quem a constrói, passando a ser avaliada não pela sua essência, mas pela sua aceitação e lucratividade dentro do mercado instaurado. “O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria mas seu objeto”, ressalta Adorno (1978: 287-288). Um outro aspecto que pode ser destacado dentro da chamada indústria cultural é o fato da capacidade de se reproduzir o Sistema. Segundo Pucci (1994:27), reproduz-se o modelo, “a ideologia dominante ao ocupar, continuamente, com sua programação, o espaço de descanso e de lazer do trabalhador”. Tal prática fica evidente quando se trata das agências produtoras de notícias. Quem mais inserido na sociedade que os meios de comunicação para impor e reafirmar uma ideologia? Quem melhor que os meios sensacionalistas para reafirmar a teoria do caos?

Existe toda uma idéia que deve ser aqui apreendida: durante o início da sociedade burguesa o que se tinha era uma elite possuidora da produção cultural. No capitalismo moderno, a indústria cultural desmanchou a produção da cultura entre a classe oprimida, o que criou uma *pseudo* reconciliação entre cultura e civilização, e resgatou para o presente a promessa da felicidade humana.

Apresenta-se agora um outro, e mais amplo, lado da indús-

tria cultural: a capacidade de eliminar o senso crítico das pessoas que, por conseguinte, perdem o potencial de enxergar sua realidade doravante alienada. É aí que se engendra grande parte do discurso jornalístico atual. A correria pelo lucro a todo custo, a falta de comprometimento com o que está sendo veiculado, a falta de ética e de respeito à sociedade, é quem regem as produções da modernidade.

Ainda na tentativa de caracterizar a indústria cultural, vê-se de cara o consumismo desenfreado da *cultura*, e até de outros bens, como uma fuga para as frustrações pessoais de cada um, como local onde o povo pode se realizar. Mais grave que alienar, é ainda, subtrair o tempo das pessoas de questionarem sua realidade de seres explorados, com programações que não estimulam o pensamento racional, politizado; com debates de assuntos que não possuem importância social alguma; com notícias que possuem caráter mórbido e provocam pavor nas pessoas etc. Assim, pode-se afirmar que esta mesma indústria que dispersa *cultura* anula os métodos de reflexão e crítica da classe proletariada frente à sua realidade social. Isso é muito grave e deve ser mudado o quanto antes, para que o caos e a alienação total não se tornem mais impregnados do que já se encontram.

Num momento final, pode-se afirmar que esses moldes da Indústria Cultural objetivam a reprodução das relações sociais capitalistas:

Se antigamente a separação entre cultura e civilização preenchia satisfatoriamente as funções de reprodução e ideologização da classe operária, as condições modernas na produção criaram, com auxílio da ciência e da técnica, assimilando, pois, a cultura à civilização, uma nova fórmula para consolidar e perpetuar a produção capitalista: a Indústria Cultural. Essa passa a ser fundamental para a sobrevivência do sistema. (FREITAG, 1994, p.74)

Em 1948, após vários conceitos, discussões e descobertas, Adorno e Horkheimer seguem seus estudos no campo da análise

da cultura e da indústria cultural. Os autores começam a encarar tal processo como forma de manipulação das consciências e a partir de então dão início ao que pode ser chamada de *Teoria Estética*, onde esta não expressa um rompimento com a *Teoria Crítica*.

Para complementar esta análise, um direcionamento será feito ao campo da Sociologia, para que esta possa deixar suas impressões acerca do tema proposto.

2.2 A sociedade de massas

Pode-se dizer, que a sociedade sempre esteve cheia de problemas, por isso, nada mais normal que discuti-los; depois, decidir o que fazer para solucioná-los, e em seguida cada um se posicionar em favor do seu ponto de vista. Pontos de vista expostos, a hora, agora, é de ver quem vai ganhar, ou seja, quem vai ter suas idéias postas em prática pelos representantes.

Deve ser estranho pensar numa sociedade assim. O que se vê hoje não parece nenhum pouco com o modelo oferecido pela sociedade clássica. As forças que determinam o destino do ser social, atualmente, não são levadas ao público e, conseqüentemente, não são discutidas em favor do bem comum. As idéias não surgem do baixo clero para alto clero e, sim, ao contrário.

A época em que o povo interferia e dava um rumo às suas vidas passou, pois, atualmente, tudo que se lê á respeito da participação do público nas causas sociais estabelece que a penetração ideológica do povo é muito menor do que a que se fazia presente no passado. Isso pode indicar claramente que a sociedade clássica está se transformando numa sociedade de massas: o silêncio das massas é, na verdade, o maior e mais forte indício da vida moderna. Segundo Mills (1977:307-325), a caracterização do público, agora, visto como uma massa “foi ao mesmo tempo uma das principais tendências das sociedades modernas e um dos

principais fatores do colapso do otimismo liberal que condicionou grande parte da atitude intelectual do século XIX”.

A partir dessa época as classes começaram a entrar em conflitos e seus líderes – atente-se que não mais grupos, começaram a decidir sobre os assuntos mais complicados e que não eram do apalpar de todos. Porém, o que levou a sociedade a se afastar das tomadas de decisões, não foi somente os desentendimentos de classes, mas também modificações estruturais da sociedade moderna. A partir desse conjunto de fatores a sociedade passa, então, a se ausentar do seu papel de agente social e inicia o seu processo de sociedade de massa.

Essa hegemonia social agrada a nada mais, nada menos, que os donos do poder. É muito mais fácil lhe dar com os iguais, que lhe dar com os diferentes. É muito mais fácil dominar por completo, que dominar alguns grupos. É muito mais fácil alienar a todos de uma vez só, que agir por partes.

Segundo Wilensky (1977), Tocqueville e Mannheim, teóricos tradicionais, existem dois problemas a serem levados em consideração quando se fala nessa formação da sociedade de massa:

... 1) a debilitação das elites portadoras de cultura (e dos valores nucleares por elas sustentadas) suscitada pelo declínio do seu isolamento das pressões populares; 2) a ascensão das massas, que por várias vezes, são cada vez mais suscetíveis aos apelos dos demagogos e aos movimentos extremistas. (WILENSKY in COHN, 1977, p. 258)

É importante para todos que se conheça como funciona a transformação do público em massa, pois é, somente assim, que se pode entender o sentido da elite dominante no poder, e a relação dela com os meios de comunicação. Antes de tudo, faz-se necessário compreender as dimensões que estão inseridas nas idéias de público e massa.

Primeiro é interessante tomar conhecimento que de um lado existe sempre o grupo que forma a opinião, e do outro, o grupo

que já recebe as opiniões formadas. Segundo Mills (1977:307-325), esta é a forma mais simplória de “afirmar o sentido social dos veículos formais de comunicação em massa”. E mais: é essa permuta de razão que deflagra os maiores “problemas do público e da opinião pública nas fases mais recentes da democracia”.

Na atualidade das comunicações, uma pessoa fala, em nome de um grupo, de uma empresa, de uma classe etc, por meio de uma rede de comunicações, a milhões de pessoas que estão ouvindo ou vendo tais discursos. Em meio a isso, as assembléias estão correndo, bem como as sessões parlamentares e os debates em tribunais. Assim, pequenos círculos vão decidindo o destino de toda uma sociedade.

Segundo Ortega y Gasset (1987), o poder público procurou sempre se mostrar da mesma forma: quando era exercido pela massa se tornava minúsculo. Ainda, segundo o autor, o que caracteriza o “homem-massa” é o fato de ele precisar de alguém para planejar a sua vida, e como nem sempre isso ocorre, o “homem-massa” se perde e não edifica coisa alguma mesmo tendo poderes e capacidade para isso.

Por outro lado, o que se percebe é que quanto mais acesso aos meios de comunicação, mais vez e voz um povo tem. Isso significa que a parcela da população (a maioria) que não tem como se fazer valer, permanece silenciada e a mercê de decisões que tampouco lhe foram apresentadas. A massa, alienada, não planeja, não discute, só aceita. Já aquele que é agraciado pelo acesso ativo aos meios, além de possuir sua voz, pode fazer adeptos através de suas palavras. É o poder da oratória no mundo moderno. Dessa forma, não seria absurdo pensar, que uma vez que estas idéias sejam plantadas, tão fácil será no futuro que as mesmas se desenvolvam, e com o aval do próprio público: dependendo do assunto e da cautela com que ele seja explorado, um tema pode ser abafado ou mesmo ampliado. Segundo Mills (1977:307-325), existe também o mais importante “grau em que a autoridade institucional, com as sanções e controles, penetra no público”. Ainda de acordo com o autor, “o problema aqui é a margem de autonomia

real que o público tem em relação à autoridade instituída”. Para dar continuidade ao entendimento, será feita uma distinção entre público e massa.

Em um público existe, praticamente, a mesma quantidade de pessoas que expressa e que recebe opiniões. No público os debates são organizados seguindo a lógica de que há a possibilidade instantânea de se rebater qualquer opinião expressa perante o grupo. A opinião formada dentro dessa discussão logo encontra uma saída para sua implementação efetiva, mesmo que os ideais não sejam, necessariamente, em favor do sistema de autoridade em vigência, e o que mais relevante se pode destacar é que essas instituições de autoridade jamais adentram-se no público, por este se valer da autonomia, já citada acima, em suas discussões.

Assim, é possível entender que quando essas condições predominam está presente e solidificado um modelo de comunidade de públicos. Agora que já ficou estabelecido tal exemplo, pode-se partir para o modelo de sociedade de massas, o qual se caracteriza como oposto ao do público.

Segundo Mills (1977:307-325), o que ocorre na sociedade de massas é que o número de pessoas que está formulando opiniões é muito menor que aqueles que estão recebendo-as. Isso se faz presente a partir do momento em que a comunidade de públicos “se transforma numa coleção abstrata de indivíduos que recebem impressões através de veículos de comunicação em massa”. O autor deixa claro ainda, que as comunicações que prevalecem “são tão organizadas que é difícil ou impossível ao indivíduo responder imediatamente, ou com qualquer eficiência”. Assim, a exposição da opinião para sociedade é vigiada pelas autoridades, que organizam e fiscalizam os canais para determinadas ações.

Nesse sistema também é comprovado que as massas não possuem independência em relação às instituições, o que é um agravante, pois, os agentes de instituições autorizadas adentram nesses grupos e reduzem mais ainda a autonomia que se possa ter na formação e emissão de opinião propiciada pela discussão.

De acordo com Mills (1977:307-325), o que está ocorrendo

é uma movimentação de “substituição dos pequenos poderes dispersos, pelos poderes concentrados, e a tentativa, de monopolizar o controle dos centros poderosos que, estando parcialmente ocultos, são centros de manipulação bem como de autoridade”. Não é somente a cultura que é abocanhada pelos centros de poder, os pequenos comércios são engolidos pelas grandes marcas, que cada vez mais perdem a humanização e impõem aos seus usuários a convivência com máquinas em lugar de pessoas. Wilensky (1977) reafirma esta posição e explica como isso acontece:

Mesmo sem a obliteração das diferenças sociais, a sociedade moderna tende para a estandardização cultural [...] As forças em ação são bem conhecidas: educação popular e alfabetização em massa; altas taxas de mobilidade social e residencial; a emergência de mercados nacionais e uma política nacional, ambos valendo-se dos meios de comunicação e entretenimento de massa [...] Mesmo no mais rico de todos eles, os EUA, um sistema educacional de realmente de massa existe a menos de duas gerações. (WILENSKY in COHN, 1977, p. 258)

O que deve ser analisado agora é que a opinião acerca, por exemplo, de um produto, não é mais surgida através do público e sim dos meios de comunicação de massa com suas propagandas massivas. Isso porque na sociedade de massas, a concorrência, quando presente, se faz em meio a grandes, em meio aos que detém capital e, conseqüentemente, obtém espaços nos veículos de comunicação. Dessa forma, fica claro quem emite a opinião e quem a recebe.

Segundo Ortega y Gasset (1987), a massa oprime o seu próprio grupo e quem não se adapta aos novos costumes impostos pela mídia (e reforçados pela própria sociedade consumista), acaba ficando à margem das relações sociais. A massa deseja, a todo custo, ter poder, ser o Estado.

O Estado só é massa no sentido em que se pode dizer que dois homens são idênticos porque nenhum deles se

chama João. O Estado Contemporâneo e a massa só se coincidem em ser anônimos. Mas acontece que o homem-massa pensa, de fato, que ele é o Estado, e tenderá cada vez mais a fazê-lo funcionar a qualquer pretexto, a esmagar com ele qualquer minoria criadora que o perturbe – que o perturbe em qualquer campo: na política, nas idéias, na indústria. (ORTEGA y GASSET, 1987, p. 132)

É visível a manipulação existente nos centros, o que configura uma “expropriação da antiga multidão de pequenos ‘produtores’ e ‘consumidores’ de opiniões, operando num mercado livre e equilibrado”, diz Mills (1977:307-325). Dessa maneira, a divisão entre quem trabalha e quem tem o capital fica bastante evidente. Também ficou comprovado, que na sociedade de massas a distância entre os associados e os líderes de grupos é cada vez maior. Assim que um indivíduo chega ao posto de líder dessa associação, é como se ele se proclamasse independente e se desvinculasse dessa instituição. O que passa a estar em jogo para ele é o interesse de manter sua posição de liderança frente à sociedade de massas. O poder parece que dá um certo ar de superioridade e de mais garantias especiais do que as que ele teria se unido às massas. Nesse momento, o líder fica num duplo jogo onde precisa agradar à elite e à sua associação, pois as “decisões tomadas devem levar em consideração os que têm importância - os membros de outras elites - e ao mesmo tempo, devem convencer à massa de associados”, diz Mills (1977:307-325).

Para finalizar, é importante saber de duas coisas: primeiro, a massa pode ser considerada um grupo capaz de influenciar, pois os seres que a compõem são influenciados uns pelos outros; segundo, o que a massa, atualmente, não é capaz de fazer é de influenciar outros grupos no contexto sócio-político-econômico, isso porque tais indivíduos não são detentores do capital, do poder, e, portanto, não conseguem formar e divulgar uma opinião, reproduzindo apenas opiniões emitidas pelos veículos de comunicação aos quais estão submetidos.

Porém, apesar de todos esses estudos no campo da sociedade,

de acordo com Warnier (2000:34-35), um novo conceito surge a fim de derrubar o que se entende por sociedade de massas. Recentemente, descobriu-se que “a humanidade é constitutivamente destinada a produzir clivagens sociais, reservas de grupos, distinção cultural, modos de vida e de consumo muito diversos”. Em resumo, é como se a sociedade, apesar das tentativas de homogeneização, padronização e imitação, fosse capaz de produzir a diferença cultural. O que se deve apreender disto, é o fato de que as mídias devem levar em consideração a diversificação na hora de estabelecer suas programações, seus textos, suas imagens etc, e não tratar a todos como se fossem iguais, estabelecendo fórmulas, as quais o espectador ou o leitor têm que se adaptar (acostumar) por falta de opção.

A partir dessas reflexões é possível fazer uma analogia importante e que será debatida no próximo tópico. Trata-se da construção social da realidade através da mídia.

2.2.1 Construção social da realidade através da mídia

Sabe-se que a maior parte das idéias que as pessoas têm em suas mentes, os chamados pré-conceitos, é produto dos meios de comunicação. Isso fica evidente quando, por vezes, alguém toma conhecimento de uma determinada notícia através de algum conhecido, mas quando chega em casa logo liga a televisão para ver o que aconteceu. É como se as pessoas não acreditassem que o fato realmente é verídico até que elas possam vê-lo retratado nas mídias. Ainda segundo Mills (1977:307-325), os meios de comunicação não servem somente para oferecer informação, eles “orientam nossas experiências. Nossos padrões de credulidade de realidade são determinados por eles, e não pela nossa experiência pessoal fragmentária”. O que se pode afirmar é que para resistir ao que os meios impõem é preciso conhecimento. É preciso que as massas não se valham de acontecimentos diretos, mas, também, dos seus sentidos. Porém, para interpretar, é necessário conhe-

cer o que está sendo tratado. O problema é que o indivíduo não confia nas suas próprias experiências, ele necessita de uma confirmação pelos outros ou pelos meios. Claro que existem temas que despertam mais incredulidade que outros, e dentro desse rol encontra-se assuntos que mexem com as fidelidades e as crenças que a pessoa já possui. Muitas vezes as pessoas se vêm reféns de pré-conceitos que nem sequer sabem de onde veio, mas que os respeitam e os seguem tais como as leis. Isso as impede de definir a realidade de forma adequada – é o chamado senso comum. Aceitar opiniões já prontas é muito mais fácil e cômodo que pensar em seus termos. É a sensação incomensurável de se sentir certo (por todo mundo pensar da mesma forma) sem precisar refletir. Segundo Mills (1977:307-325), com o tempo, essas “seleções cumulativas de opiniões e sentimentos específicos passam a constituir a atitude e as emoções pré-organizadas que modelam a opinião e a vida da pessoa”. Ferrés (1998) diz que, por terem a função de contribuir diariamente para a construção da realidade, os jornalistas também findam por criar espécies de representações sociais mais configuradas que podem ser chamadas de estereótipos. Estes são, cegamente, adotados pela massa sem qualquer questionamento acerca de tal atitude ou comportamento supervalorizado ou depreciado pela mídia. O que pode ser notado, é que em alguns periódicos o *ladrão*, o *estuprador*, o *assaltante*, o *matador*, o *assassino*, e até mesmo, a *vítima*, são rotulados e desrespeitados. Isso ocorre quando se divulga que o *matador* já é culpado antes mesmo de ser julgado; dificilmente, se usa o termo *suspeito*. Já com a vítima o problema é ainda maior, fotos e nomes completos são, constantemente, divulgados colocando a vida pessoal da vítima em risco. Mas, o mais curioso de tudo é ver que as pessoas optam por veículos de comunicação com os quais estão mais de acordo. É como se não quisessem ser contrariadas, nem quisessem mudar seus pontos de vista mesmo quando se faz inevitável. Não existe um confronto entre veículos por parte dos consumidores, porque se houvesse um senso crítico, muitos desses jornais deixariam de circular, bastava cada leitor se colo-

car no lugar da vítima ou do acusado. É perceptível, que, além de buscarmos a auto-afirmação, as massas escolhem meios que tratem de temas do seu cotidiano, ou seja, temas padronizados; quando um outro veículo aborda algo que apresente mais repercussão ou complexidade, a massa o rejeita. Cada vez mais este grupo abre mão da sua função de agente social e limita-se às verdades que os MCM's dizem. Alguns autores dizem que a mídia fala do que o povo gosta; outros, afirmam que o povo aprende a gostar do que a mídia impõe. É o mesmo que estar discutindo sobre quem veio primeiro, o ovo ou a galinha. Esse tema deve ser levado em consideração, pois sabe-se que os meios não costumam somente influenciar em nossas experiências externas. Eles são tão eficientes, que se entranham, até mesmo, na experiência interior de cada um. Uma das funções da mídia, atualmente, é criar e lançar novas tendências de moda e estilos de vida para, posteriormente, serem vendidos. Os modelos de comportamento, os valores, os desejos e as personalidades são expostos nos meios e copiados pelas massas, que os enxergam como o certo, o moderno e o atual: o fato é que as pessoas se enxergam nos meios de comunicação. Analisando o aspecto da violência reproduzida nos meios, é no mínimo, amedrontador, pensar assim. A violência sempre existiu dentro do ser humano, desde o homem das cavernas, mas claro que ela evoluiu e ninguém precisa responder o porque. De uma maneira geral, pode-se afirmar que os meios têm a ousadia de dizer quem cada um é, o que deseja, quais suas aspirações, quais as fórmulas para suas felicidades etc. É perigoso pensar na mídia como algo, que diz como alguém é. Acusar, incitar o preconceito e estereotipar são práticas muito graves, mas que, constantemente, estão presentes nos meios de comunicação. Para Montoro (1999:120), o acontecimento cria a notícia, ou seja, o produto. Isso porque "a notícia seleciona, exclui, acentua diferentes aspectos de um acontecimento, orientando-se por uma narrativa escolhida. É dessa maneira que a notícia constrói a realidade". Como pensar em segurança depois de ver os vários tipos de homicídio retratados nos impressos? Como pensar em um mundo com muitas coisas boas,

interessantes e bonitas para se conhecer, se o que se vê é, na maioria das vezes, fotos de bandidos procurados ou presos, e vítimas de assassinos? Na verdade, a crítica contida aqui deveria se estender não só ao campo da violência, mas no geral. Ao se abrir um jornal não se vê notícias, se lê tragédias. Políticos corruptos, economia que não cresce, desemprego alto, e por ai vai. É como se não houvesse outra coisa para falar, a não ser no caos que parece ser a vida. O que os meios de comunicação, atualmente, fazem, é frustrar e, às vezes, distrair as massas. Inebriando a chance que elas têm de compreender seu mundo, “atraindo sua atenção para loucuras artificiais que se resolvem dentro da moldura do programa, usualmente pela ação violenta ou por aquilo que chamam de humor”, diz Mills (1977:307-325). Dando continuidade ao raciocínio, a sociologia da violência, a exploração de ações violentas nos meios de comunicação e a relação dessas práticas junto a sociedade, se configuram nos próximos tópicos desta discussão.

2.2.2 A sociologia da violência

Para que seja feita uma reflexão correta acerca do assunto é preciso que este capítulo seja iniciado com o conceito de violência a partir de algumas perspectivas. Segundo Holanda (1993), violência é toda forma de constrangimento físico ou moral; uso de força; coação. É o ato de violentar, de exercer certa violência sobre alguém ou algo, é o mesmo que forçar, torcer o sentido, alterar e inverter.

A origem latina da palavra *violentia* advém de tratar com violência, profanar, transgredir, ter força, vigor, potência, emprego da força física com intensidade. Dentro da tradição greco-romana, violência é o mesmo que desviar o curso natural das coisas, forçar algo a não ser como foi pré-estabelecido.

Segundo Michaud (1989), a violência está presente quando:

... numa situação de interação, um ou vários atores agem de maneira direta ou indireta, maciça ou esparsa,

causando danos a uma ou várias pessoas em graus variáveis, seja em sua integridade física, seja em sua integridade moral, em suas posses, ou em suas participações simbólicas e culturais. (MICHAUD, 1989, p. 10-11)

Já Zaluar (1999) trata do verbete de uma maneira mais específica, dizendo que a força só se configura como violência a partir do instante em que:

... ultrapassa um limite ou perturba acordos tácitos e regras que ordenam relações, adquirindo carga negativa ou maléfica. É portanto a percepção do limite e da perturbação (e do sofrimento que provoca) que vai caracterizar o ato como violento, percepção essa que varia cultural e historicamente. (ZALUAR, 1999, p. 28)

Dessa forma, a violência designa uma maneira de ser da força, do sentimento ou de um elemento natural. Faz referência à força brutal ou desmedida que desrespeita regras e convenções. Mas, a violência pode dizer respeito a modalidades cristalizadas, que se opõem à paz, à ordem que ela perturba ou questiona. Nesse sentido, trata-se de um conceito normativo, porque se refere ao mundo dos valores que constituem o “sagrado” para determinado grupo social. A violência, embora não exija justificativa, pede uma explicação científica.

Para que este tema seja melhor pensado, se torna oportuno pesquisar acerca da violência e do seu contexto histórico, isso porque, entender a violência por si só não faz sentido algum. A prática de ações violentas, como qualquer prática social, está inserida em um contexto que precisa ser verificado e conhecido. Assim, dentro de um contexto, existem os atores sociais em relação direta com as leis, as normas. No meio dessas duas esferas, está a violência, que é produzida a partir dos conflitos entre os valores, as relações hierárquicas, as instituições etc.

Essas relações são melhores compreendidas, quando se tem em mente, que dentro de uma hierarquia estão cravadas as sujeições e as subordinações. Além disso, o emprego autoritário

da força seja verbal, seja psíquica, produz o que se pode chamar de conflito, remetendo à idéia de uma violência latente, ou seja, aquela que mesmo controlada em determinada situação, pode vir a eclodir em um outro momento de *estresse* por parte daquele que recebe a ação. É errado pensar que a violência envolve apenas dois indivíduos, ou seja, adversários entre si. A violência é mais abrangente, envolvendo vários grupos, cada um com suas características e identidades próprias. Dentro desses grupos existem interações que precisam ser levadas em consideração, pois é a partir delas e das suas relações com o mundo, ou seja, com as instituições de poder, que a violência eclode.

Segundo Michaud (1989), existem alguns tipos de violência, são elas: as guerras, a violência política, a criminalidade e a violência da vida. Adentrando a violência política, considerada aquela que mais causa danos a sociedade, temos a violência sócio-política difusa; a violência contra o poder; a violência do poder, com suas formas despóticas ou tiranas, repressivas e terroristas; o terrorismo; e as guerras civis.

Há ainda outros tipos de violência, que são divididos segundo a sua natureza e segundo a participação dos atores. Dentro do campo da natureza ficaria o crime comum ou organizado, a violação dos direitos humanos, a violência intersubjetiva e a violência simbólica. Já quando se fala nos atores dessas ações, pode-se dizer que a violência é praticada de maneira individual ou coletiva, institucionalizada ou não-institucionalizada.

Pensando assim, fica necessário refletir um pouco sobre a origem da violência. Prioritariamente, a violência nasce a partir das desigualdades sociais, econômicas e políticas. Os conflitos gerados pelos agentes e pelas instituições causam ímpetos diferentes em cada um, que de maneira, também diferente, reagem a tais pressões e subalternações.

Segundo Caldeira (2000), o medo e a exclusão social (fatores que podem gerar violência) são conseqüências diretas do preconceito racial, étnico, de classes e contra os pobres, o que, como resposta, acarreta os discursos de segregação. Tais discursos po-

dem ser encarados como uma forma de manifesto, de esperança na transformação social.

Ainda segundo o autor, a partir da década de 80, iniciou-se no Brasil um processo de transição e consolidação da democracia. Neste momento, ocorreram transformações sociais e econômicas, como a inflação, a recessão, a exploração do modelo desenvolvimentista etc. É nesse período, que o crime violento urbano cresce de maneira exageradamente desordenada.

Mas uma pergunta surge dentro dessa discussão. Porque a violência começou a crescer quando o país estava tentando também crescer? A relação não seria de reciprocidade? A resposta é não. Isso porque a economia começou a se desenvolver de tal forma que não beneficiou a todos. A política foi modificada de tal maneira, que também não beneficiou a todos. E assim, o que esse “todos” fez? Agiu. Reagiu. Instaurou-se em cada um o sentimento de perda e decadência e de nostalgia do passado “não-violento”. Já no Estado, instaurou-se a privatização da segurança e a imposição da reclusão social.

Partindo do ponto da privatização da segurança, a crença diante das instituições de lei e ordem ficaram precárias: de um lado, a arbitrariedade expandiu-se largamente e os abusos de poder se tornaram freqüentes; do outro, a violação dos direitos civis viraram rotina. Dessa forma, ficam instalados, a partir desse momento, o medo, a insegurança e o novo padrão de segregação urbana, fazendo sentido, a partir de agora, iniciar-se uma reflexão sobre as mudanças nas relações entre o público e o privado.

No momento em que a maior parte da sociedade se vê prejudicada com mudanças profundas, ela olha ao seu redor e percebe que a paisagem da metrópole está mudando. Há agora, uma desorganização espacial, onde a cidade parece se movimentar de um lado para o outro, e que existe, para sua constatação, “buracos” - áreas - os quais são identificadas como de exclusão social. Diante de tal situação, fica claro um agravamento das desigualdades sociais: a sociedade percebe isso, pois sente, dia-a-dia, os malefícios que lhes estão sendo jogados.

Novamente, em meio a todas essas constatações, fica evidente uma pergunta: não é contraditório que em determinado momento se haja um reforço e agravamento das desigualdades sociais ao passo que se está tendo o reconhecimento da cidade como *locus* do pluralismo e da equalização social, da expansão da cidadania e da convivência democrática?

Infelizmente, o discurso já é conhecido. Crise econômica e política, que gera crimes, preconceito, intolerância, falas discriminatórias etc. Porém é necessário e oportuno que se deixe bem claro a tendência violenta humana. Sabe-se que desde a pré-história, o homem por si só já se mostrava violento. O que ocorre, no momento, é uma estimulação surreal de atos de violência devido a fatores que podem ser cientificamente e historicamente explicados. Inclusive, o agravamento desses níveis de violência se dá a partir de outros fatores atuais, como: individualismo, desarticulação, ausência de referências, crises de identidade e mídia.

Como foi visto, o assunto é vasto, as ramificações que engendram na temática da violência são amplas, então, apesar de tudo que foi debatido até o momento se configurar como da maior importância, se faz imperativo que um foco seja imposto a este tema, de maneira que torne mais específica e concisa a discussão acerca da violência. Dessa forma, esta monografia aborda a lógica de como a mídia retrata a violência no jornalismo impresso, sendo esta, retratada em seus aspectos físicos.

2.3 Mídia e violência – Uma relação que precisa ser entendida

Essa pesquisa não tem a pretensão de analisar e dizer qual a teoria mais ou menos aceita, mais ou menos certa, apenas, serão trabalhados aqui, alguns conceitos dessa relação mídia e violência a fim de elucidar os leitores para os próximos desdobramentos. Segundo Tânia Montoro (1999:106), "todas as formulações já elaboradas a respeito do binômio violência e mídia – quer se-

jam teóricas, quer de senso comum – são concordantes em que existe uma correlação entre esses dois termos". Assim, um portador de um olhar mais tradicional faz claramente uma ligação de causalidade entre os dois itens entendendo a violência cotidiana como efeito da mídia também. Identifica-se, nesse momento, uma certa passividade dos receptores de informação. Tal visão, tradicionalíssima, foi duramente contestada em estudos recentes, que revelaram a existência de uma interação entre o público e os veículos de comunicação. Ainda segundo a autora:

... o que nos leva a crer que as notícias de violência transmitidas pelos jornais diários, nas telas de TV e nas propagandas radiofônicas, tanto expressam a realidade social como contribuem para (re)criá-la e (re)sedimentá-la em um único movimento. (MONTORO, 1999, p.107)

Como já foi dito, para Montoro (1999:120), o acontecimento cria a notícia, ou seja, o produto. Isso se faz mais evidente quando se percebe que "a notícia seleciona, exclui, acentua diferentes aspectos de um acontecimento, orientando-se por uma narrativa escolhida. É dessa maneira que a notícia constrói a realidade". Tânia Montoro (1999) defende que, a mídia, em geral, deveria reproduzir notícias que gerem sentidos culturais, e que estes sejam vistos como válidos pelo público, e não notícias que retratem a violência, o que incita as práticas agressivas. Já Adriana Lopes (1999), parte da ótica da análise crítica do discurso:

... as notícias sobre violência podem ser melhor percebidas como representações da realidade que, construídas como prática regular pelo discurso jornalístico, 'articulam-se com' e 'são modeladas por' o espaço social mais amplo, incluídos o processo histórico e as orientações culturais partilhadas pelos diversos agentes sociais que ordenam a interação oral e escrita. (LOPES, 1999, p.122)

Segundo Lopes (1999), devido o discurso jornalístico ser regido por contratos institucionais entre o produtor e o público, o

jornalismo humaniza e reproduz comportamentos sociais e relações de desigualdade. Complementando, o profissional da área ocupa um espaço onde ele é quem define o que é notícia, a forma como deve ser publicada, com que foco, e principalmente, o que será colocado e o que será excluído. Esse tipo de processo é realizado dependendo de vários critérios como, por exemplo, a linha editorial da empresa. O que é importante saber é que o meio de comunicação, nesse caso, se configura como uma máquina de recorte da realidade. Porém, existe uma terceira maneira de pensar essa questão da violência na mídia. Adorno (1995), inova e aborda reflexões diferentes das autoras anteriores. Seu raciocínio propõe uma possibilidade de fazer uso da mídia como fonte de informação e pesquisa no campo da violência e, assim, estudar a respeito das percepções da sociedade no que tange a criminalidade divulgada pela mídia e a relação lógica, real e direta dessas expressões com os dados oficiais. Com esse pensamento Adorno (1995) afirma que:

... a construção da criminalidade como um problema social e sociologicamente significativo passa, no nosso entender, pela construção 'marginal' a respeito do crime, do criminoso e da criminalidade e sobretudo pelo conjunto de representações que fazem com que a criminalidade seja hoje um objeto privilegiado de preocupação. (ADORNO, 1995, p.181)

A imprensa, segundo Adorno (1995), seria o veículo usado pela sociedade para expressar suas visões e seus julgamentos quanto à criminalidade, ao crime, ao criminoso e ao modo pelo qual o público caracteriza tal assunto como um problema de interesse social geral. É interessante abordar, nesta pesquisa, um fato muito importante ao qual Adorno atentou em seu trabalho: a ideia da mídia como um veículo de expressão das percepções sociais. Assim, um novo elemento surge questionando a percepção social da violência.

Partindo para uma quarta visão a respeito dessa relação entre mídia e violência, Elizabeth Rondelli (1998) afirma, que os

meios trabalham no sentido de construir representações sociais sobre crime, violência e sobre aqueles que de maneira ou outra, estão envolvidos em suas práticas e em sua repressão. Nesse sentido, o modo como a mídia retrata a violência é a própria realidade da violência. Dessa maneira, a partir dos atos violentos serão captadas deduções e explicações para os dramas sociais. Assim, a realidade social passa a ser interpretada e entendida segundo o que é divulgado.

Do real ela nos devolve, sobretudo, imagens ou discursos que informam e conformam este mesmo real. Portanto, compreender a mídia não deixa de ser um modo de estudar a própria violência, pois quando esta se apropria, divulga, espetaculariza, sensacionaliza ou banaliza os atos de violência está atribuindo-lhes um sentido, ao circular socialmente, induzem práticas referidas à violência. (RONDELLI, 1998, p.149)

De maneira geral, Rondelli (1998) quis expressar que as notícias referentes à violência relatadas em telejornais, jornais impressos, revistas etc., causam uma influência sobre o comportamento do povo. Relembrando um pouco as teorias de Adorno, é possível dizer que tanto ele quanto Rondelli estabelecem uma via de mão de dupla entre mídia e comportamento do público. Assim, é como se a mídia e a população se “retroalimentassem”: tanto o povo influencia no que é notícia, quanto a mídia influencia no comportamento do povo. Para finalizar, é preciso que algumas conclusões sejam feitas. Existe sim uma relação direta entre aquilo que vai “ao ar” e aquilo que ocorre de fato, porém tal relação não ocorre, necessariamente, todas as vezes. Isso quer dizer que, o que a mídia divulga nem sempre é o retrato do que ocorre na sociedade, pois ao preferir noticiar certos assuntos e deixar de lado outros, os meios de comunicação estão recortando a realidade e dando-lhe um destaque que nem sempre se faz merecido, mas quase sempre se configura como oportuno para a empresa jornalística. Isso, de maneira repetitiva, pode acarretar na

construção de uma realidade distorcida: o mundo e as pessoas no mundo, definitivamente, não são como a mídia, muitas vezes, os retrata.

2.4 Sensacionalismo no Jornal Impresso

A transformação dos acontecimentos em notícias é feita, tanto pelos jornais de autoridade, quanto pelos jornais populares. O que distingue um jornal de qualidade de um jornal sensacionalista é o modo como cada um irá apresentar a notícia a qual se tomou conhecimento.

O que vai diferenciar um jornal dito ‘sensacionalista’ de outro dito ‘sério’ é somente o grau. Sensacionalismo é apenas o grau mais radical de mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência e, na verdade vende-se aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor do que a manchete. (MARCONDES FILHO, 1985, p. 66)

(...) todos os jornais são, uns mais outros menos, sensacionalistas. Nenhum foge dessa determinação. Isso porque transformar um fato em notícia não é o mesmo que reproduzir singelamente o que ocorreu. Transformar um fato em notícia é também alterá-lo, dirigi-lo, mutilá-lo. (MARCONDES FILHO, 1985, p. 29)

O que é interessante analisar é o modo de produção editorial de cada empresa, o que faz com que ela se configure como sensacionalista ou não. O modo como a notícia é construída são os passos que precisam ser apreciados para identificar neste ou naquele veículo o seu caráter exploratório. De acordo com Pedroso (2001), o sensacionalismo é um tipo de produção discursiva da informação de atualidade, elaborado através de:

...critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, lingüístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação e construção do real social. (PEDROSO, 2001, p. 123)

Segundo a autora, nesse tipo de imprensa, o discurso dos jornais é construído de forma que sejam exacerbados os modelos e arquétipos sociais e culturais já enraizados no imaginário social. Algumas práticas muito comuns dos meios sensacionalistas, são: a intensificação de um ocorrido, o exagero e a heterogeneidade gráfica; além da exploração da emoção em detrimento da informação; a superdivulgação do extraordinário e do vulgar; a valorização errônea de conteúdos ou temáticas isoladas e não inseridas num contexto; textos escritos com seu foco voltado para o trágico, o erótico, o violento, o ridículo, o insólito, o grotesco ou o fantástico; textos elaborados com presença de apenas uma fonte, ou seja, textos imparciais entre outras.

De uma maneira mais específica, é como se a empresas que se caracterizam como sensacionalistas, transformassem um acontecimento em evento: quanto mais um público admirado, emocionado e fragilizado ele conquistar, mais pontos essa empresa adquire, dentro da sua concepção. Estes veículos manipulam, alteram e recriam a realidade, dando uma nova dimensão aos acontecimentos. As coisas não são contadas como aconteceram e, sim, da maneira que mais chame atenção (venda mais). A crítica feita a esses tipos de veículos é comum, mas é preciso reconhecer que essa característica de sensacionalizar a informação é encontrada na natureza comercial do produto e na natureza do discurso jornalístico a partir da invenção americana do *lead*. Este tipo de atitude, cada vez mais comum nos jornais, se justifica através da tese levantada por Arbex (2001), onde o autor afirma que a notícia tratada como entretenimento é algo que está se tornando uma febre dentro das redações. Isto porque o entretenimento vende, então, nada mais “inteligente”, que moldar a realidade à diversão.

Arbex (2001) diz, que esse tipo de prática vem desde o século XIX, nos Estados Unidos, e configurou-se como padrão na imprensa de massa. O autor, ainda, defende que o povo gosta mesmo da *política do pão e do circo*, pois costuma pôr em xeque o profissional que trabalha na mídia. Há, ainda, uma afirmação acerca dos meios de comunicação, que agem como disciplinantes da mente popular: é como se as pessoas vissem televisão e achassem que sabem de tudo. No jornal ocorre o mesmo. As pessoas lêem e tomam aquilo como verdade absoluta e incontestável, além disso, acham que ali está escrito tudo sobre aquele assunto, quando na verdade, o jornal somente pincela a notícia.

Os jornais trabalham em cima de uma estrutura, que se configura como uma novela, uma narrativa, que precisa de emoções e de vários núcleos de personagens para manter o público atento e consumidor. Na verdade, tudo engendra no objetivo de lucro, qualquer fórmula que dá certo, é, maciçamente, aplicada. Ninguém quer arriscar, pois em time que está *lucrando*, não se mexe. É preciso ter em mente, que as grandes imprensas se tornaram grandes empresas, e, que, empresas precisam de dinheiro para se manter, e, para isto, *os fins justificam os meios*.

Segundo Arbex (2001), nos meios de comunicação não se fala de passado e não se planeja o futuro. A mídia é só repetição maquiada, é um terrorismo de notícias que parece não acabar nunca, sempre tem uma emoção mais forte vindo por aí. Quer característica maior de entretenimento que esta, a emoção? Arbex (2001), em seu livro, ainda, faz uma acusação mais grave acerca da mídia: ela, hoje, é a maior inimiga da democracia, pois manipula, maquia, mente, e depois, na maior *malandragem*, muda seus enquadramentos, de maneira que tudo que foi escondido ou mostrado antes, se torna o contrário hoje. A mídia ganha muito dinheiro com o desastre, com as mortes e com o sofrimento das pessoas. De modo geral, os periódicos ditos popularescos tentam expressar o dia-a-dia das grandes cidades, como se aquela forma de ver o mundo fosse do próprio povo. Tal representação jornalística do real gera um senso comum nas pessoas, que acarreta preconcei-

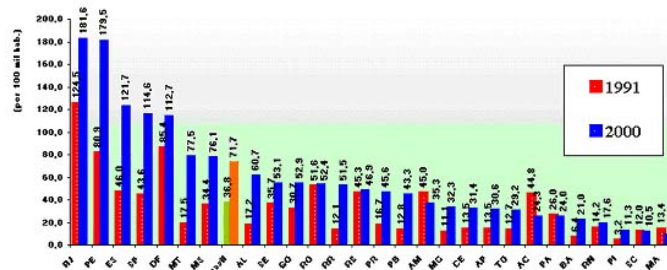
tos, medos e informações distorcidas. Para dizer que um texto jornalístico é sensacionalista é preciso, que se analise a sua construção: a seleção de palavras, o foco do texto, os preconceitos ali reproduzidos, as denominações taxativas etc. O que ocorre é que, geralmente, estes jornais possuem caráter opinativo e crítico, e ainda por cima, abordam temas polêmicos dando voz a um determinado lado da história. O jornal sensacionalista cria personalidades, trata o assassino como alguém de fama, e que merece destaque, até mais do que a própria emenda que será votada no dia seguinte. Esse tipo de imprensa recorta a história de modo que os fatos mais chocantes sejam espetacularizados. Diz-se, que respeito e ética profissional passam longe de jornais que são ditos sensacionalistas, pois estes se encarregam não, essencialmente, de informar, mas de dar explosividade e emocionalização aos acontecimentos. Geralmente, as notícias não possuem relação com a cultura, não mostram os fatos mais importantes, economicamente, e, politicamente, e menos ainda, mostram o que acarretou tais eventos. A visão construída por esses veículos, normalmente, é dada através de apenas um olhar, ou seja, apenas a uma personagem é dado o espaço de expor suas idéias. Isso ocorre, porque o jornal sensacionalista é imparcial, ele defende seu ponto de vista, ao invés de lançar para o público as idéias, para em seguida, debatê-las de maneira democrática. Deve ser deixado bem claro aqui, que toda essa imparcialidade e espetacularidade advém da dependência financeira que esses jornais possuem em relação ao mercado consumidor.

Os jornais que atuam de maneira sóbria, séria e com produção de reportagens objetivas, obedecem a uma linha editorial com infra-estrutura patrimonial e financeira organizadas. Segundo Dines (1971), a linguagem classificada como sensacionalista no jornalismo expressa uma forma primeira e primária, ou seja, simplória, de comunicação com o público. Assim, os jornais que necessitam, entranhadamente, de obter dinheiro são obrigados a recorrer à explosão dos significados das palavras. Dentro desse contexto, os temas mais explorados são os que dizem respeito ao

sexo e á violência. Os jornais populares fazem questão de trabalhar a violência como uma forma de escândalo, um acontecimento excepcional, absurdo e que merece ser levado aos ouvidos da população. Diz-se, que estes jornais são produzidos, especificamente, para o público masculino das classes baixas, devido o conteúdo violento e pornográfico que é veiculado em tais meios. Na construção dos textos, geralmente, o que importa não é o fato em si, mas os detalhes de como aconteceu o homicídio, por exemplo. Para esse tipo de mídia, quanto mais cruel e violenta for a morte, mais interessante se torna para divulgação. Apesar de tudo, é preciso que se vanglorie a competência que esses “profissionais do jornalismo” têm de vender um jornal inteiro, apenas, com uma manchete. É preciso ser muito frio e calculista para isso. O leitor se sente, constantemente, seduzido pelas palavras ou pelas imagens, ou até pelas duas. Ele compra o jornal e leva para as pessoas verem, como se ele tivesse esse papel importante na sociedade, como se ele fosse uma pessoa informada: o leitor se sente importante quando sabe que ocorreu alguma tragédia e, logo, corre para contá-la a alguém – e a mídia sabe disso. Os jornais populares vivem para causar impacto, causar discussão. Para a produção das tais “manchetes mágicas” é preciso, que o jornalista tenha muita criatividade e domínio do discurso, pois ele precisará selecionar as palavras certas a fim de chamar a atenção do consumidor. Tal prática se torna um ciclo vicioso, pois o jornal sai às ruas todos os dias e a cada manhã é preciso ter uma matéria de capa tão boa, que seja capaz de vender o jornal por completo. Assim, o uso das notícias de caráter inusitado e de caráter violento repetem-se, diariamente. Os profissionais desses jornais precisam dia-a-dia criar, recriar e até inventar matérias escandalosas, que despertem a emoção e a curiosidade dos leitores. A imaginação é uma virtude interessante para não se terminar um dia sem alguma notícia pitoresca. É preciso pensar no discurso por completo. Responder ao *lead* é tarefa do bom jornalista, assim como saber as causas que levaram a determinados atos de violência. A imprensa *marrom*, como é chamada esse tipo de mí-

dia, não se preocupa em explicar. Para ela, o fato é grandioso por ter sido descoberto, ali, a decapitação de uma pessoa, e não os motivos que levou a tal ação. A mídia sensacionalista possui a característica de julgar previamente os atores do conflito relatado, bem como taxar nomes como: o *matador* ou o *pistoleiro*. O que ocorre, é que ao taxar os atores dos crimes, a sociedade passa a discutir o processo da mesma forma como o jornal o caracterizou. Se o jornal taxa de *matador* o suposto assassino, mesmo que um dia ele seja inocentado, aquele homem será eternamente visto como *matador*. Outro aspecto interessante e assustador desses jornais, é o fato de parecer que eles estão, em todo momento, tentando impor o medo nas pessoas. A insegurança, os assassinatos, os roubos etc, são matérias que se repetem diariamente e trazem pavor à população, que a cada dia, se sente mais fragilizada e com mais medo dos seus vizinhos do que de bichos selvagens. De certa forma, essa repetição de temas como *violência, morte, assalto, roubo, estupro* etc., causa o que se pode chamar de culto à violência: o assassino é o ser importante, é um dos grandes atores dos jornais sensacionalistas. De fato, os jornais popularescos embutem nas classes populares uma certa taxação, porque tais indivíduos aparecem sempre representados como perigosos, estigmatizados, estereotipados e, principalmente, violentos. Sabe-se que violência não existe somente nas classes mais baixas, mas os jornais preferem relatar a que vêm delas. Sabe-se também, que sob uma perspectiva sociológica, são muitos os motivos que levam uma pessoa a cometer um crime. Muitas vezes, as classes mais altas não são submetidas às pressões que vivem as pessoas das classes mais baixas. Conflitos financeiros e morais se enquadram como temas correntes dentro dessa parte da sociedade que carece de educação e de atenção. Mudando um pouco o foco da reflexão, é preciso que se aprecie, em números, tudo que está sendo debatido nesta pesquisa. Dessa forma, segue, abaixo, algumas estatísticas assustadoras a respeito da violência no Brasil retiradas do *site* do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia Estatística).

Figura 1



Taxas de mortalidade por homicídio por armas de fogo em jovens do sexo masculino de 15 a 24 anos de idade – Brasil e Unidades da Federação – 1991 a 2000.

FONTE: www.ibge.gov.br, acessado em 24/10/2007.

Segundo o IBGE, está aumentando a quantidade de mortes de mulheres por causas violentas nas regiões Norte e Nordeste. Os números giram em torno de 7% e 8%, respectivamente, de 1990 a 2001. Porém, a mais alta incidência de óbitos do sexo feminino por causas violentas se encontra na região Centro-Oeste, com valores médios de 7%. Em 2001, a proporção de óbitos violentos masculinos na região Norte estava em 17,4%; já na região Centro-Oeste, onde os números já eram altos, os valores permaneceram mais ou menos iguais ao que havia sido observado no início da década. Nessa etapa, o Sudeste encontra-se em terceiro lugar (15% em 1990 e 17,3% em 2000 e 2001). Vale salientar que o Nordeste apresentava a menor incidência de mortes masculinas por causas violentas em 1990 (11,4%), porém, com o passar do tempo, elevou sua proporção para 13,5% em 2001, o que significa um aumento de mais de 18%, ao contrário do Sul, onde poucas oscilações foram detectadas. As mortes violentas, a partir da década de 80, vieram afetar, principalmente, os adolescentes, jovens e adultos brasileiros do sexo masculino. A incidência em cima desse grupo é gritante. No Brasil, em 1990, aproximadamente 60% dos óbitos masculinos ocorridos na faixa etária de 15 a 24 anos tinham a ver com a violência. Este valor sobe para 70% em 2000 e continua crescendo, com destaque para a região Su-

deste, onde os valores chegaram a 77,6% em 2000. De acordo com o Instituto, as mulheres dessa faixa etária, também, estão começando a ser atingidas pela violência, isso porque durante o período analisado, aumentou-se o número de óbitos relacionados a essa causa. De uma maneira geral, no Brasil, os números chegam a 33,5%, com destaque para o Norte, que possui o maior índice: 25%. Porém, é preciso ressaltar um dado importante: o evento do aumento da violência entre jovens de 15 a 24 anos pertencentes ao sexo feminino está mais concentrado no Centro-Sul do país, áreas, indiscutivelmente, mais desenvolvidas. Os números chegam a 40%, nas regiões Sul e Centro-Oeste, mas o que se deve saber é que a violência está aumentando independente do sexo, a violência cresce de maneira generalizada independente de região ou classificação etária. Para finalizar essa parte da análise, Rammalho (1979) trata do tema de maneira cautelosa, e afirma, que quanto mais se dá importância à violência e às notícias violentas, quanto mais se espetaculariza o crime e os criminosos, mais a desgraça se espalha e mais a vida do crime se torna apreciável. É isso que os jornalistas - profissionais com um nome a zelar e com uma função social bem especificada, querem? É exatamente sobre a questão ética que tratará o próximo capítulo.

2.5 A linguagem jornalística e suas características

Para obter êxito nas pesquisas relacionadas à análise de conteúdo, é necessário compreender melhor o campo do jornalismo atentando para a linguagem utilizada pelos profissionais da área. Além disso, é preciso saber como se dá o processo de construção das notícias e das reportagens. Dessa maneira, Nilson Lage (2006:48) diz, que definir linguagem jornalística “é restringir um conceito. As restrições que se aplicam à linguagem jornalística serão relacionadas com os registros de linguagem, com o processo de comunicação e com compromissos ideológicos”.

Levando em consideração o primeiro item citado por Lage, os registros de linguagem, o autor explica que existem dois tipos: o formal e o coloquial, onde aquele se aplica à escrita e, este, à fala.

A linguagem formal é mais durável e tende a preservar os usos lingüísticos do passado. Imposta pelo sistema escolar, é uma espécie de segundo idioma que aprendemos e que pode servir como índice de ascensão social. A linguagem coloquial é espontânea, de raiz materna, reflete a realidade comunitária, regional, imediata; alguns dos seus cometimentos são passageiros e outros terminam por se formalizar, incorporando-se à literatura e à escola. (LAGE, 2006, p. 48)

Lage (2006) diz ainda, que, do ponto de vista da boa comunicação, é preferível optar pelo registro coloquial. Isso porque qualquer pessoa tem acesso a ele, tanto quem teve oportunidade de estudar, quanto quem não teve. Porém, o registro formal é imposto a toda hora, e qualquer desvio às normas é considerado erro. Para tornar a linguagem menos conflituosa, é preciso que se haja um equilíbrio entre a linguagem formal e a coloquial.

Quando se fala no segundo item, o processo de comunicação, é preciso ter em mente que a linguagem jornalística é, em sua essência, referencial. Ou seja, o jornalismo fala de algo externo, fala em terceira pessoa e fala para um receptor. Dominar o gênero referencial facilita para que o jornalista seja compreendido por todos, assim, os adjetivos devem ser eliminados, porque a noção de qualificação muda de uma pessoa para outra: o que é belo para um, pode não ser para outro; os números devem ser sempre comparados a algo real, que permita ao leitor imaginar qual a dimensão de um estádio ou a quantidade de dinheiro, por exemplo. É preciso ter cuidado com números, eles são eficientes na argumentação, porque convencem à primeira vista, mas facilmente se tornam falaciosos. É importante usar números fechados, exatos, e termos determinantes, porque dá o efeito de realidade: hora, placa de carro, nome inteiro das pessoas etc., ajudam a convencer o leitor, pois embute verossimilhança.

Analisando agora o terceiro item proposto por Nilson Lage (2006:54), os compromissos ideológicos, o autor diz que “as grandes e pequenas questões da ideologia estão presentes na linguagem jornalística, porque não se faz jornalismo fora da sociedade e do tempo histórico”. Ou seja, o jornalismo tem a tarefa de valorizar e de tornar permanentes os valores culturais e a soberania, a fim de não deixar com que o país se subjugue às outras culturas e torne-se marginalizado.

É preciso estar atento a termos como *mundo livre*, dando a idéia de que existe um outro escravizado; *moderados e radicais*, o que pressupõe que aquele é aliado do governo e, este, opositor; entre outros. Quem produz o discurso é responsável por qualquer preconceito ou incitação que venha a causar, por isso, é preciso, antes de escrever, praticar, ler e dominar a língua.

Outros temas importantes dizem respeito ao uso de ambigüidades dentro do jornalismo. A menos que seja em um texto opinativo, não é aceitável o uso de duplicidade de sentido nas palavras. Também é preciso dosar o uso de eufemismos, é preferível que se use a denominação mais específica. O jornalismo é sempre objetivo, direto e isso não pode ser esquecido. O uso de metáforas deve ser deixado para os textos literários, bem como as expressões que refletem sentimentalismo. O texto jornalístico é, acima de tudo, imparcial.

2.5.1 Notícia, lead, reportagem

A partir do conhecimento sobre os conceitos de notícia, reportagem e, estabelecida a significação de critérios de noticiabilidade, fica mais fácil analisar, de maneira objetiva e correta, as notícias e reportagens que são o objeto desta pesquisa.

De acordo com Lage (2005:16), a notícia se define como “o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do seu aspecto mais importante ou interessante”. A notícia, segundo o autor, não narra fatos, os expõe. Na construção da notícia, o mais relevante não é ordenar os

fatos de maneira temporal, como em uma narrativa, mas contá-los a partir dos seus fatos mais interessantes em ordem decrescente.

Lage (2005) diz, que existem três fases no processo de produção de uma notícia: a seleção de eventos, a ordenação dos mesmos e as suas nomeações, e Sousa (2002) atenta para o fato de que as notícias se classificam em *hard news* e *soft news*, onde estas são as notícias leves, e aquelas, as pesadas. Ainda existe as *hot news*, ou seja, as notícias pesadas em caráter de acontecimentos recentes. O autor ainda fala em *spot news* e *running stores*. As *spot news* são as notícias relacionadas a eventos imprevistos; já as *running stores*, se referem as notícias que ainda se encontram em desenvolvimento.

Sousa (2002:26) chama atenção para o fato de as notícias sofrerem uma série de forças, assim, denominadas:

... toda a notícia é notícia de determinada maneira devido à ação informadora de uma série de forças [...] poderão, parece-me, ser categorizadas numa ação pessoal, numa ação social, numa ação ideológica, numa ação cultural, numa ação física e tecnológica... (SOUSA, 2002, p. 26)

Dessa forma, é importante salientar, que estas ações não são acabadas em si, elas permitem várias subdivisões, como a força da história e da economia. Ao se falar em notícia, é preciso saber, que ela não se finaliza em sua produção. A notícia é mais, pois compreende o seu consumo e sua circulação.

Não se pode estudar notícia sem falar do *lead*. O *lead* se refere ao primeiro parágrafo da notícia dentro do jornal impresso, e se caracteriza por ser o relato do fato mais importante que será tratado. O *lead* clássico é composto pelo sujeito (quem pratica a ação), pelo predicado (o que aconteceu) e pelas circunstâncias (situação). Segundo Lage (2005), o lead informa *quem* fez o que, *a quem, quando, onde, como, por que e para quê*.

De acordo com Sousa (2002), existem algumas teorias a respeito da notícia, que merecem ser discutidas, tais como a teoria

do *Agenda-setting*, a Teoria do Espiral do Silêncio, a Teoria dos Usos e Gratificações, a Teoria da Socialização pelos Meios de Comunicação e a teoria que se refere à Influência dos Meios na Construção Social da Realidade.

O autor define a primeira teoria a ser discutida como “uma teoria que procura explicar um certo tipo de efeito cumulativo á curto prazo, que resulta da abordagem de assuntos concretos por parte da comunicação social” (Sousa, 2002, p. 158). De certa forma, o surgimento do *agenda-setting* significa uma ruptura com o paradigma funcionalista sobre os efeitos dos meios, pois até então, se tinha a idéia de que os meios não influenciavam a sociedade. A partir deste momento, fica comprovada não só a influência, mas a ação direta dos meios dentro da coletividade.

... a influência dos meios de comunicação social no que respeita ao agendamento dos temas que são objetos de debate público, se bem que por vezes não seja imediata, é realmente direta [...] essa influência se inscreve no domínio das cognições, dos conhecimentos, e não das atitudes [...] a comunicação interpessoal era importante no que respeita à manutenção ou não dos temas na agenda pública e à intensidade de debate público sobre esses temas [...] a maior ou menos atenção que os meios de comunicação devotam a um determinado tema influencia no impacto desse tema na agenda do público, evidenciando, com isto, que o *gatekeeping* tem efeitos não intencionais sobre a audiência. (SOUSA, 2002, p. 160)

Alguns fatores contribuem para o sucesso ou insucesso do agendamento, são eles: o tempo de exposição de um tema, a proximidade geográfica, a natureza e o conteúdo dos temas, a credibilidade da fonte de informação, a audiência e a comunicação interpessoal.

Algumas críticas são feitas ao processo do agendamento de notícias: antes de tudo, o *agenda-setting* subestima a realidade, pois, muitas vezes, determinado tema pode ser mais importante

do que pensam os meios. Isso quer dizer, que nem sempre os meios acertam, portanto, existem assuntos que são discutidos nos meios e que não interessam em nada à sociedade. Depois, os assuntos que são debatidos nos meios podem interessar a uns e não a outros. O que ocorre é que os meios não levam em consideração a heterogeneidade social.

Esse fato da dissonância entre o que interessa ao público e o que interessa aos veículos é bastante debatido dentro dos meios acadêmicos, pois é impossível o veículo se adequar ao nível sócio-cultural de cada leitor. É impossível que se produza uma notícia que interesse a todos, sem exceção.

Outra teoria bastante discutida atualmente é a do Espiral do Silêncio, que segundo Sousa (2002) se conceitua em:

... as pessoas temem o isolamento, buscam a integração social e gostam de ser populares; por isso, as pessoas têm de permanecer atentas às opiniões e aos comportamentos majoritários e procuram expressar-se dentro dos parâmetros da maioria. (SOUSA, 2002, p. 170)

Aprofundando essa idéia, é possível afirmar, que a formação da opinião é resultado das relações entre os meios, a comunicação interpessoal e a visão de mundo de cada pessoa. Assim, entende-se, que a opinião é fruto de valores e da informação veiculada pela mídia, juntamente com o que as pessoas pensam.

De maneira geral, a Teoria do Espiral do Silêncio proporciona que a opinião dominante tenha mais espaço na mídia, o que ocasiona uma uniformidade e gera o senso comum. Assim, as minorias se calam e acabam aderindo ao que é dito. Ou o inverso: as minorias ativas expõem suas idéias, e estas são aderidas pela massa, devido o grau de importância que os meios agregam à informação.

Pensando diferente das outras teorias já estudadas, a Teoria dos Usos e Gratificações procura entender os usos que as pessoas fazem dos meios de comunicação para satisfazerem suas necessidades e se sentirem gratificadas. Essa teoria, além de questionar sobre como as pessoas utilizam os meios, busca explicar os efeitos

da comunicação social em seus aspectos sociais e psicológicos. A lógica dessa teoria é bem clara: ao invés de se estudar o uso que os meios fazem da sociedade, estuda-se o uso que a sociedade faz desses meios.

Ao utilizar os meios de comunicação pode-se descobrir, que as pessoas tanto os utiliza para libertar-se emocionalmente, como para obter conselhos, como para entender reflexões acerca da vida, como para compensar seus próprios problemas, etc. Dessa forma, conclui-se que as pessoas utilizam os meios, porque sentem necessidade disso, precisam disso, pois se sentem gratificadas de alguma forma.

Segundo Sousa (2002), há ainda quem pense que as pessoas consomem os meios a partir de uma necessidade de aceitação, de auto-estima, de conhecimento, de entretenimento, de identificação pessoal etc. Tais consumos desencadeariam efeitos, como: aquisição de novos conhecimentos, comparação da realidade social com a realidade midiática e, ainda, reforçariam a identidade pessoal de cada um.

Outro pensamento analisado diz respeito à Teoria da Socialização dos Meios. É interessante pensar como os meios podem ajudar as pessoas a serem mais comunicativas, perderem a timidez, e se inserirem no contexto das relações interpessoais.

Porém essa teoria trata de um assunto ainda mais importante, mas igualmente perigoso: a questão dos valores, da família, da escola, da política. Instituições fortes, estabelecidas, mas, contraditoriamente, tão frágeis e suscetíveis a variáveis que podem levar à sua fragmentação. Não se pode deixar enganar, a mídia tem, sim, o poder de corroborar para um bem-estar social, mas caso queira, também, consegue destruir o que foi, duramente, conquistado com anos e anos de educação e conscientização coletiva. O maior perigo estudado por essa teoria é o fato de que, nas mãos de poucos, os meios de comunicação colaboram para a manutenção do *status quo*.

Segundo Sousa (2002), é importante que sejam investigadas algumas linhas, que dizem respeito ao papel dos meios no pro-

cesso de socialização, tais como, os meios como instituições agentes de socialização, os meios como agente de socialização política etc.

Quando se fala em instituições agentes, Sousa (2002) explica:

Em alguns casos a sua ação teria feito com que a ação comunicativa de outras instituições se tivesse de adaptar, noutras casos, a ação dos meios de comunicação social ter-se-á sobreposto à ação de outras instituições. A família e a escola seriam dois exemplos de instituições que tiveram de reformular suas práticas comunicacionais devido a ação mediática. (SOUSA, 2002, p. 194)

Já, quando se tem em mente a questão da socialização política através dos meios, pode-se afirmar, que ao apresentar conteúdos não políticos, os meios podem acabar gerando atitudes e comportamento apolíticos, uma vez que grande parte dessa socialização não seria política de verdade.

De certa forma, todas as teorias discutidas têm um pouco da importante discussão acerca da influência dos meios na construção social da realidade. Reafirmando isso, Montero (1993) diz:

(...) o estudo sobre os efeitos dos meios corresponder-se-ia com a análise da natureza, origem e conseqüências dos meios na interação social. Isto abarcaria um enorme campo de possibilidades: a influência dos meios de comunicação na formação e estruturação do acervo de conhecimento; as coisas que damos por supostas e que formam parte do nosso conhecimento de sentido comum; a influência nas pautas de interação e na definição de normas sociais; as formas específicas de controle social etc. (MONTERO, 1993, p. 122)

Dessa forma, os meios serviriam como mediadores ativos no processo de construção social da realidade, ou seja, a realidade é enxergada como os meios mostram; o que existe é o que os meios exibem. Tal visão merece cuidados, pois sabe-se, que o mundo é

muito mais do que aquilo que os meios veiculam, até porque, é do conhecimento dos estudiosos da área, que o recorte feito pela mídia, ao tentar retratar a realidade, é praticado de acordo com o interesse dos donos dos media. Dessa maneira, é impossível enxergar um mundo através dos recortes, da visão e da manipulação de outrém. E é por isso que, muitas vezes, as pessoas têm uma visão de mundo totalmente errada a respeito de determinados temas. Esse tipo de prática estimula o que se pode chamar de construção e intensificação do senso-comum – prática benéfica para uns e alienante para a maioria.

Ainda se pode pensar nos meios como organizadores da vida das pessoas. Janta-se no horário do jornal, dorme-se depois da novela etc. Porém, a construção e a interpretação de significados depende muito de quem vê e sob qual contexto vê. Sendo assim, fica difícil contabilizar quantos por cento da população se faz rendida pelo senso-comum e pelo superficial conhecimento de mundo que os meios mostram.

Segundo Lage (2005), a notícia no jornal impresso é um produto que tende á escassez, e em seu lugar, ficará a reportagem, que se conceitua de duas formas: primeiro, espaço físico onde trabalham os redatores; segundo, gênero jornalístico mais completo que a notícia.

A reportagem jornalística é mais completa, porque não cuida da cobertura de fatos ou de uma série deles, ela faz um levantamento acerca de um assunto, conforme um ângulo preestabelecido na redação, pelo editor.

Nas reportagens os assuntos estão sempre disponíveis e, podem ou não, ser atualizados por um acontecimento. Há, também, a questão da pauta, que serve como parâmetro para definir a abrangência de uma reportagem, pois é nela que constam apontamentos do tipo: o assunto que será abordado, que tipo e quantas ilustrações deve constar na reportagem, o tempo que a equipe tem para apurar, bem como seu deslocamento, o tamanho da matéria e, por vezes, o estilo dela.

Por falar em estilo, o estilo da reportagem é mais livre, e a his-

tória pode ser contada tanto seguindo as ordens do *lead*, quanto como numa narrativa romancista. É mais livre, igualmente, a linguagem utilizada na construção de uma reportagem. Existem as que predominam a investigação e o levantamento de dados; noutras, a interpretação – estilo que não vingou muito no jornalismo.

No geral, faz-se regra mesmo, respeitar os fatos mesmo que o jornalista não concorde com eles. A tarefa do repórter é contar as situações, deixando a cargo da vivência e do nível intelectual de cada leitor, avaliar.

Para entender melhor este mundo acerca da reportagem é importante que se estude o seu aspecto interpretativo, narrativo e dissertativo.

Segundo Sodré & Ferrari (1986) a narrativa é:

... todo e qualquer discurso capaz de evocar um mundo concebido como real, material e espiritual, situado em um espaço determinado... O romance, o conto, às vezes mesmo o poema, constituem formas diferentes de narrativa. [...] Mas a narrativa não é privilégio da arte ficcional. Quando um jornal diário noticia um fato qualquer... já traz aí, um germe, uma narrativa. O desdobramento das clássicas perguntas (quem, o quê, como, quando, onde e por quê) constituirá de pelo direito uma narrativa, não mais regida pelo imaginário, como na literatura de ficção, mas pela realidade factual do dia-a-dia que,...., discursivamente, trabalhada, torna-se reportagem. (SODRÉ & FERRARI, 1986, p.11)

Já de acordo com Oswaldo Coimbra (1993:44), a reportagem narrativa tem como principal característica “a de conter fatos organizados dentro de uma relação de anterioridade ou de posterioridade, mostrando mudanças progressivas de estado nas pessoas ou nas coisas”.

O que ocorre é que, dependendo do foco, a reportagem pode ser construída em primeira pessoa ou em terceira. O que deve ser levado em consideração no texto narrativo é a ordem causal e

temporal, bem como as respostas ao *quem?*, *quê?*, *quando?*, *onde?* e *por quê?*.

Começa-se com o *lead*, depois, a intriga ou a história propriamente dita, onde a história é o suporte. Em seguida, parte-se para a conclusão, que, de forma alguma, deve ser um resumo ou algo já citado, ela pode ser uma crítica sucinta, uma explanação pessoal do autor ou uma generalização.

Já quando se parte para o campo da reportagem interpretativa, tem-se o que Medina e Leandro (1973) podem afirmar:

(...) enquanto a notícia registra o aqui, o já, o acontecer, a reportagem interpretativa determina o sentido desse aqui num círculo mais amplo, reconstitui o já no antes e no depois, deixa os limites do acontecer para um estar acontecendo atemporal ou menos presente. (MEDINA E LEANDRO, 1973, p. 25)

Ainda de acordo com Medina e Leandro (1973), a reportagem interpretativa se faz em três direções: o fato principal se une aos outros fatores e, assim, se situam num espaço conjuntural e num presente demarcado; há uma preocupação em emocionar o ser humano, insere-se o público no tempo e no espaço, fazendo ele se sentir importante e participante da história; e, por último, procura-se dar informações científicas e com bases em pesquisas históricas. Isso colabora para a verossimilhança dos que está sendo transmitido.

A reportagem reconstrói a realidade percebida ao veicular um produto que passou pelo processo de múltiplos ângulos e observações distintas. Quanto mais profunda a abordagem, mais elaborado e mais diferenciado deve ser o texto noticioso. Quanto mais diferente e refinada for a pesquisa para a reportagem interpretativa, mais interessante ela será em seu resultado final. Perceber o que ainda não foi percebido e debater o ainda não discutido é fundamental para uma boa reportagem. Na reportagem não se deve usar fórmulas de edição e construção, deve-se atentar para novas linguagens e enquadramentos, a fim de fazer com que o texto se destaque pela sua substância.

Analisando a estrutura da reportagem dissertativa, de acordo com Coimbra (1993):

... tem como propósito principal expor ou explicar, explicar ou interpretar idéias. A argumentação visa convencer, persuadir ou influenciar o leitor. Na reportagem dissertativa, a função de informar é inseparável do esforço para convencer o leitor a aceitar a informação no contexto do raciocínio que se pretende correto e, por esse motivo, a óbvia presença nela de argumentação. (COIMBRA, 1993, p. 93 e 94)

Pode-se dizer, também, que além de prover as informações acerca dos fatos expostos, busca-se convencer o leitor a aceitar o ponto de vista em que o autor examina os fatos. Assim, deve-se articular várias idéias em torno de um tema central, ligando-as através da sucessão de parágrafos, de forma que cada uma possua uma estrutura interna coerente e organizada.

Quando apto a desenvolver a argumentação, o jornalista habitua-se a utilizar recursos como dedução, indução, confronto de idéias, comparação entre pessoas, idéias ou acontecimentos, análise dos fatos em partes, classificação em determinadas categorias, analogia a outros acontecimentos, enumeração de fatores, causalidade ou descrição de detalhes que ajudem a comprovar as suas afirmações.

Ainda segundo Coimbra (1993:37), quando se pensa na reportagem dissertativa "um texto não pode terminar apenas quando todas as suas idéias já foram expostas. É necessário que estas idéias sejam amarradas, no final, por meio de um período que, ao mesmo tempo, as sintetize e, também, as reforce". Dessa forma, o autor sugere três tipos de conclusões: a conclusão-proposta, recomendando soluções para o problema destacado; a conclusão-resumo, a forma mais comum, retomando todo o texto; e a conclusão-surpresa, que conta com a criatividade do autor, ou seja, deve ser algo inesperado e criativo.

2.5.2 Critérios de noticiabilidade

De uma maneira geral, o termo *critério de noticiabilidade* designa quais são os parâmetros para que uma notícia seja impressa ou vá ao ar. Relevância, proximidade, interesse humano, importância científica e curiosidade, são enquadramentos que podem fazer com que uma notícia chegue ao domínio público ou não. Mas, como tudo no jornalismo, existem algumas perguntas a serem respondidas. Relevante para quem? Interessante para quem? Curioso para quem?

Dentro do aspecto de relevância são levados em consideração os conflitos, a notoriedade, a curiosidade, a dramaticidade/emoção, o suspense, a tragédia, as conseqüências, intensidade, surpresa, continuidade, composição, valores sócio-culturais, previsibilidade, valor das imagens, custos etc.

Muitos são os motivos que levam a fazer uma notícia, muitas, também, são as notícias, daí a dificuldade de selecioná-las. Mas, de acordo com Lage (2005), a maior parte das notícias apuradas não diz respeito, sequer, ao bairro em que os leitores moram.

No caso do tráfego de notícias, calcula-se que 80% daquelas que chegam a regiões como a América Latina são processadas e selecionadas em Nova York. Nações vizinhas desconhecem-se, o que estimula, convenientemente, as rivalidades, impede o desenvolvimento do comércio regional e torna o patriotismo um discurso cujo sentido se esvazia à medida que se atingem parcelas de público mais informadas e, portanto, mais atuantes. (LAGE, 2005, p. 50)

Por que isso ocorre? Não existe notícia suficiente por aqui ou as de fora são mais interessantes? Na verdade, o que não há é um entendimento acerca do papel político dos meios impressos: informar. Mas o que interessa à sociedade, interessa aos donos do poder? Nem sempre. É por isso que, por vezes, não se sabe o que ocorreu no outro bairro, mas noticia-se a guerra no Iraque. Por vezes não se sabe sobre a morte de um comediante famoso

no Brasil, mas merece destaque, em todos os veículos, a morte de um cantor italiano de música clássica. Lage (2005) tenta uma explicação:

Se a capacidade de decisão de cada pessoa depende das informações que recebe e se a democracia é o exercício do poder, em última instância, por essas pessoas, não há dúvida quanto à necessidade de diversificar o fluxo de informação e estabelecer critérios mais adequados de seleção. Não se trata de competição entre sistemas políticos; trata-se da contingência da sociedade industrial. (LAGE, 2005, p. 52)

É preciso que haja, por parte dos editores e repórteres, um critério de noticiabilidade sério, tanto na origem, quanto no tratamento e na visão dos fatos. Devem ser consideradas perguntas, como: em que esta notícia vai contribuir à sociedade? Quais os valores passados por essa notícia que vai influenciar, de maneira construtiva, no corpo social? Caso haja respostas bem elaboradas para perguntas como estas, já seria um bom começo para um jornalismo sério e comprometido com seu dever.

Devem ser pensadas, ainda, situações como, julgamentos pessoais de cada jornalista, cultura profissional da categoria, condições que favorecem ou que limitam a produção, qualidade do material usado, relação com as fontes e com o público, limiares éticos e, ainda, conjunturas históricas, políticas, econômicas e sociais. É o que explica Wolf (1999):

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 1999, p.195)

O autor continua:

Os valores/notícia são usados de duas maneiras. São critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Em segundo lugar, eles funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, onde dar prioridade na preparação das notícias a serem apresentadas ao público. (...) Os valores/notícia são a qualidade dos eventos ou da sua construção jornalística, cuja ausência ou presença relativa os indica para a inclusão num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são suas chances de ser incluídos (WOLF, 1999, p. 203)

É preciso considerar que os valores-notícia se comportam como um mapa cultural, pois os eles são uma espécie de código ideológico. Essencialmente, uma notícia que merece ser divulgada é aquela que revela um fato atual ou um acontecimento portador de algum dado novo. Quando se trata da importância e do interesse, o tema remete, quase que automaticamente, à antiga fragmentação entre *hard news* e *soft news* ou *fait divers*.

Seria interessante fazer uma pesquisa de opinião com os leitores, para saber qual a informação que o público gosta de ler: os fatos que estão mais ao seu alcance ou os do outro lado do mundo; uma informação mais agradável ou uma mais pesada e carregada de angústias e frustrações. Considerar o jornalista culpado por um freqüente erro no critério de noticiabilidade é um equívoco. O jornalista não faz o sistema, ele está inserido nele, e, portanto, obedece, sem esquecer, é claro, de que há, por trás do profissional, uma empresa que o rege.

O jornalismo é uma atividade especializada e, que em alguns locais, já permite a participação da população na seleção de notícia. Isso se dá através de cartas, *e-mails*, telefonemas etc., o que não é muita coisa, mas já significa um começo. Espaços estão sendo abertos, o que se espera é que a sociedade aproveite e faça a notícia, não apenas as receba pronta e acabada. Uma boa

solução para isso é os *blogs* de *internet*. Nesta espécie de *site* pessoal, se pode escrever sobre tudo, inclusive, sobre aquilo que lhe interessa ver dentro do meio jornalístico.

Muitos estudos estão enveredando por essa área, e, discutindo, profundamente, cada um desses valores-notícias. O importante é que tudo seja feito e praticado sem agressão ao público, sem desrespeito aos valores sociais, e assegurando à sociedade, o seu direito à informação precisa, séria e relevante.

Capítulo 3

Objeto e método

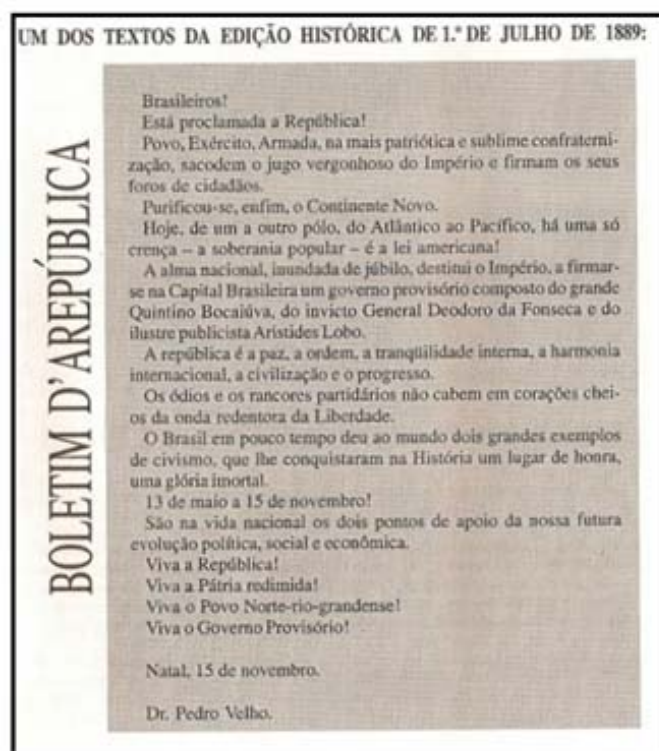
3.1 História da imprensa norte-riograndense

Para falar dos jornais, atualmente, bem como das suas problemáticas e das suas assertivas, é necessário que se volte ao passado e se conheça a história da imprensa no estado, sua formação, seus atores, sua estrutura etc. Dessa forma, este capítulo se inicia falando da imprensa no Rio Grande do Norte e mais á frente, por ser objeto de estudo, será conhecida a história dos jornais *Diário de Natal* e *Tribuna do Norte*.

A primeira edição do jornal *A República* foi lançada em 1º de julho de 1889, por Pedro Velho e Albuquerque Maranhão. O objetivo inicial era defender os interesses do Partido Republicano – daí o nome do jornal. Sendo assim, a primeira edição foi quase que totalmente uma publicidade partidária, antes mesmo de Marechal Deodoro da Fonseca proclamar a república no país.

Segundo Fernandes (2006), a história do primeiro jornal oficial do Rio Grande do Norte se inicia quando, em 17 de novembro de 1889, Pedro Velho se elege governador do Estado, tendo ficado no cargo por pouco tempo – somente até 6 de dezembro. A partir desta data, Adolfo Gordo, paulista nomeado pelo presidente da

república, ficou à frente do Estado, e assim permaneceu até 8 de fevereiro de 1890, passando, nesta data, o governo para Dr. Jerônimo Américo Raposo da Câmara, muito amigo de Pedro Velho. Essa amizade gerou frutos, que amadureceram nas páginas do *A República*, pois os dois amigos fizeram um acordo de publicar todos os atos oficiais no jornal.



Texto retirado da edição histórica de 1889.
FONTE: Suplemento *Nós do RN*, 2006, p. 6.

Estabelecido o contrato de publicações, a partir de 21 de fevereiro de 1890, o jornal passou a veicular nas suas primeiras páginas a *Parte Oficial* e os *Atos Oficiais*, com colunas bem específicas. Com o decorrer do tempo, percebeu-se que *A República* havia se tornado o órgão oficial do Governo, e mais à frente, o,

que, antes, era dividido em *Parte e Atos*, unificou-se e passou a se chamar *Diário Oficial*.

“A República foi se fixando, fortalecendo se perfil oficial, mas ao mesmo tempo, nas páginas com matéria não oficial, se tornando escola de jornalismo, abrigando os textos produzidos por grandes jornalistas, seja na reportagem, no articulismo em prol do cidadão, na crônica, no columnismo social [...] Também na parte literária, criando suplementos importantes, publicando romances em capítulos”.
(FERNANDES, 2006, p. 4)

Com suas páginas de *Diário Oficial*, *A República* já era vista como órgão oficial do Governo, faltando apenas alguém com poderes que se dispusesse a legalizar, por decreto, tal situação. Não tardou para que o então governador do estado, Juvenal Lamartine, assinasse, em 28 de janeiro de 1928, o decreto que oficializava de uma vez por todas a Imprensa Oficial. Desde então, o jornal passou a ser um órgão de poderes públicos do Estado, e posteriormente, em 1º de fevereiro de 1928, foi publicado um regulamento que orientava para tudo que deveria ser veiculado ali: decretos, leis, regulamentos, o expediente da Secretaria Geral e dos juizes de direito, atos e resumos dos debates da Assembléia Legislativa, artigos sobre Economia, Ciências, Letras, Artes e tudo mais que contribuísse para o progresso moral e material do Estado.



Edições do *Diário Oficial*.

FONTE: Suplemento *Nós do RN*, 2006, p. 4.



Eloy de Souza (sentado ao centro) ao lado dos diretores do *Diário Oficial*.

FONTE: Suplemento *Nós do RN*, 2006, p. 5.

Segundo Fernandes (2006), o *Diário Oficial* possuía tanta saída e era tão repleto de informações dos atos do Governo, do poder legislativo e do poder judiciário, que em 20 de novembro de 1932 foi separado do seu genitor. Dividido em duas unidades, o Governo teria a seu serviço *A República* e o *Diário Oficial*. Separados, os jornais agora circulavam paralelamente, mas com uma novidade: o *Diário Oficial* passava a ser veiculado com a ilustração-marca do brasão do Estado. Tal atitude de fragmentação, caracterizada como ousada, teve pouca duração, pois em 5 de novembro de 1935, o *Diário Oficial* volta a se acoplar com *A República* e passa a ser um dos cadernos deste jornal. A partir de então, ao longo de sua existência, o *Diário Oficial* vez ou outra circulava separadamente do *A República*, sendo afastado deste, definitivamente, em 10 de outubro de 1973.

3.1.1 Jornais e jornalistas natalenses

Fundado pelo padre Francisco Brito Guerra, em 1832, *O Natalense* é considerado o primeiro jornal de Natal. Depois disso, surge *O Recreio*, jornal de caráter literário.

Segundo Souza (2006), *O Mossoroense* é visto como o terceiro jornal mais antigo do Brasil e o quarto da América Latina. Ele foi fundado em 17 de outubro de 1872 por Jeremias da Rocha Nogueira, José Damião e Ricardo Vieira.

Existe uma lista de alguns jornalistas que podem ser apontados como brilhantes na história do estado, e, dentre eles, está a figura de Henrique Castriciano e de Câmara Cascudo.

Sabe-se que no início do século XX, o pai de Câmara Cascudo, Francisco Justino de Oliveira Cascudo fundou o jornal *A Imprensa* para que seu filho pudesse colocar em prática seus dons de jornalista e escritor.



Câmara Cascudo, Berilo Wanderley
e Américo de Oliveira Costa.

FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 334.

A partir desta data, segundo Souza (2006), surgiram muitos jornais no estado tais como, o *Alphabeto* (1917) em Açú, *A Folha* (1928) em Caicó, *A Gazeta de Macau* (1909) em Macau, *o Jornal do Oeste* (1948) em Mossoró etc. Alguns nomes deste meio também merecem destaque como, Adauto Câmara (1898-1952), Aderbal de França (1895-1974), Afonso Bezerra (1907-1930), Almino Afonso (1840-1899), Américo de Oliveira Costa (1910-1996), Amphilópio Câmara (1889-1957), Antônio Bento (1902-1988), e ainda, Edinor Avelino, Edgar Barbosa, Aléxis Gurgel, Berilo Wanderley e muitos outros que não menos importantes fizeram história no jornalismo norte-riograndense.

Segundo levantamento feito pela revista *Nós, do RN*, em 2006, existe uma lista de jornais natalenses, juntamente, com suas datas de fundação que precisam ser levadas em consideração, são eles: *O Natalense* (1832), *A Tesoura* (1933), *O Publicador Natalense* (1840), *Argos Natalenses* (1851) – primeira imprensa político-partidária, *O Já-Guarari* e *O Fagote* (1852), *A Liberdade* (1856), *O Rio Grande do Norte* (1856), *O Progressista* (1862) – ex-Rio Grande do Norte, *O Rio Grandense* (1866) – ex-Progressista, *O Conservador* (1869), *Gazeta do Natal* (1888), *Dous de Dezembro*

(1859), *Correio Natalense* (1862), *Liberal do Norte* (1866), *Liberal* (1872), *A Liberdade* (1885), *A Reforma* (1879), *Diário de Natal* (1893), *Gazeta do Comércio* (1901), *A Imprensa* (1914), *A Opinião* (1919), outro *Diário de Natal* (1924) - e futuramente *A Ordem* (1933), *Combate* (1923), *Rebate* (1927), *Folha do Povo* (1927), *Jornal do Norte* (1922), *Jornal da Noite* (1925), *A Tarde* (1931) e *A Razão* (1933). Em 1946 houve um surto de jornais os quais podem ser destacados, *A República*, *O Democrata*, *A Notícia*, *O Jornal*, *A Ordem e Diário*, todos esses pertencentes à cadeia jornalística dos Diários Associados.



Edição de 1832 do jornal *O Natalense*.
 FONTE: Suplemento *Nós do RN*, 2006, p. 8.

Para resguardar a história da imprensa do estado, foi fundado, em Natal, o Museu da Imprensa. É sobre ele que tratará próximo tópico desta pesquisa

3.1.2 Museu da Imprensa do Rio Grande do Norte

Em 13 de novembro de 2003 foi inaugurado em Natal, no bairro da Ribeira, o Museu Oficial da Imprensa. O museu é o primeiro no Rio Grande do Norte que reúne todo o material da velha imprensa, incluindo as máquinas impressoras, os exemplares de jornais antigos, as revistas e os periódicos alternativos, bem como documentos que atestam relatos sobre a história da imprensa no RN.



Demonstração de funcionamento da linotipo.
FONTE: Suplemento *Nós do RN*, 2006, p. 16.



Sala do Museu Eloy de Souza.

FONTE: Suplemento *Nós do RN*, 2006, p. 16.

Segundo Fernandes (2006), o local, hoje chamado de Museu da Imprensa Oficial Eloy de Souza (em homenagem ao grande jornalista e político), é diferente dos museus que existem pelo Brasil. O lugar pode ser visto como um museu vivo, onde não apenas se pode apreciar todo o conteúdo que lá está guardado, mas também, é permitido aos seus visitantes, o contato direto com as máquinas e a observação de como elas funcionam junto com a presença de funcionários operários das máquinas.

O museu, atualmente, está aberto para visitação de segunda a quinta-feira, mas, somente, com hora marcada. É através do telefone 84. 3232 6864, que o público pode ter o prazer de ver as maquinarias antigas rodando. Isso porque os funcionários que operam nas máquinas não são fixos, e, portanto, precisam ser avisados previamente para assegurar que tudo seja mostrado sem que haja danos nos aparelhos.

Como toda pesquisa, seu objeto de estudo deve ser restringido. A partir deste momento se faz necessário tomar conhecimento da história dos dois jornais que serão tratados nesta análise de conteúdo, são eles: *Diário de Natal* e *Tribuna do Norte*.

3.2 História do *Diário de Natal*

O jornal *Diário*¹ foi fundado em 18 de setembro de 1939 por Valdemar Araújo, Aderbal de França, Djalma Maranhão e Romualdo Carvalho, sendo incluído nesse grupo, posteriormente, o nome de Rivaldo Pinheiro. Segundo Souza (1999), O *Diário*, sem acento no “a”, surgiu em meio a dificuldades como ausência de máquinas próprias e prédio para a redação. Para Ramos (1977), o mais interessante é que o jornal era redigido, composto e impresso dentro da estrutura do *A República*. Somente quando Rivaldo Pinheiro ficou no lugar de Romualdo Carvalho é que O *Diário* mudou-se para a rua Dr. Barata, instalando no local a sua redação, porém não se sabe ao certo o porque, após um tempo O *Diário* retornou às instalações do *A República* e lá permaneceu como jornal vespertino.



Edição do *Diário* à época da Guerra.

FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 317.

Em 1939, Djalma Maranhão escrevia na coluna *Pé de Coluna*. Em 1941, surge a coluna *Vida Judiciária* – com Arlindo Castor de Lima e, aos sábados, O *Diário* publicava textos literários de autores locais e nacionais dentro de toda a terceira página.

¹A Editora O Diário S/A se localiza na Av. Deodoro da Fonseca, 245 – Petrópolis, em Natal/RN CEP 59012-600. Na internet: www.diariodenatal.com.br, C.N.P.J.: 08.320.087/0001-96.



Edição do *Diário* à época do governo Café Filho.
FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 316.

Inscrição Estadual: 20.024.010-2

Inscrição Municipal: 103.508-8

Informações Técnicas: Período: 3º à domingo; Impressão: off-set/cor;

Formato: alt. 53cm, larg. 29,7cm; Número de colunas: 6; Largura de cada coluna: 4,6cm; Tiragem mensal: 11.000 (dia de semana), 15.000 (dominical);

Circulação: 30% bancas, 67% assinaturas e 3% cortesias.



Djalma Maranhão, um dos fundadores do *Diário*.

FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 334.

Sabe-se, que o periódico trazia como principal destaque as notícias da Guerra dentro da coluna de Rivaldo Pinheiro. Além desta coluna em específico, podem ser citadas outras, como: *Diário Policial*, *Diário Esportivo*, *Diário Social*, *Noticiário Religioso* e *Notas de Arte*.

De acordo com Ramos (1977), em 1942 o jornal foi vendido para Rui Moreira Paiva, mas manteve a sociedade com Djalma Maranhão. A primeira sede própria do *Diário* se instalou na avenida Tavares de Lira, no bairro da Ribeira; depois disso o veículo se mudou para a rua Frei Miguelinho, ainda no bairro da Ribeira.

Com nova administração, os dirigentes também eram novos: Djalma Maranhão e Durval Paiva Filho. Em 1943 o *Diário* estava circulando com oito páginas e Veríssimo de Melo escrevia a coluna *Boa Tarde!* – veiculada logo na primeira folha. Aos sábados, a colaboração vinha por parte de Lourenço Branco, na coluna *Minha Janela...*, além de colunas como a *Dos Jornais*, *O Indicador Profissional*, *a Vida da Cidade* etc.

Em 1945, Assis Chateaubriand estava dispersando por todo o Brasil a cadeia de Diários e Rádios Associados, de forma que

era do conhecimento de todos a informação de que Assis desejava comprar um jornal impresso: esse foi o destino do *Diário*.



Assis Chateaubriand.

FONTE: Site <http://fac.correioweb.com.br/> em 24 de setembro de 2007.

Em 1945, agora nas mãos de Chatô, a estrutura do jornal continuava a mesma. O periódico seguia seu curso indo para as bancas com oito páginas e residindo na rua Frei Miguelinho, mas agora com algumas diferenças: Chatô escrevia, diariamente, artigos que saíam na segunda página do jornal; o nome *Diário* passou a se chamar *Diário de Natal* (1947); e o jornal estava repleto de publicações de autores do Sudeste e de estrangeiros devido à associação a qual pertencia o periódico.

Em julho de 1954, o Diários Associados lança o jornal matutino *O Poti*, continuando com as tiragens do *Diário de Natal* pela manhã, mas em 1958, por sobrecarga de impressão nas máquinas, decidiu-se suprimir um dos jornais e optou-se por manter no mercado o *Diário de Natal*. A partir de então, *O Poti* passou a circular apenas aos domingos.



Edição de *O Poti*.

FONTE: Edição dominical do *Diário de Natal*, caderno Cidades, 2006, p.1.

Na década de 70, o Diário liderou uma revolução no sistema de impressão dos jornais com a tecnologia do *off-set* que merece ser relatada. Introduzida por Luiz Maria Alves, essa tecnologia era o que havia de mais avançado no Brasil e foi inaugurada em junho de 1970 na avenida Deodoro da Fonseca, onde atualmente se localiza o prédio da empresa. A introdução do *off-set* dentro do sistema Diário de comunicação representou para a empresa uma mudança de curso: a partir de então, o Diário, antes vespertino, passava a ser diurno na data de 1^o de setembro de 1970.



Sala de impressão.

FONTE: Edição Especial *65 anos do Diário de Natal*, Editorial, 2004, p. 2.

Segundo Souza (1999), nessa mesma época, novos contratos foram firmados e repórteres como Cassiano Arruda, Vicente Serejo etc, passaram a complementar, com suas colunas, o corpo de profissionais que já trabalhavam pelo periódico. Cassiano assinava a *Roda Viva*, e Vicente, a *Cena Urbana*.



Edição de *O Poti*.

Cassiano Arruda e Vicente Serejo.

FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 322 e 333, respectivamente.

Em 1979, a atenção especial foi toda voltada para o Departamento de Pesquisa do *Diário de Natal*, onde, naquele local se encontrava um dos maiores acervos fotográficos do estado. Em 1989, circulou pela cidade, uma pesquisa que levou o nome de *Memória da Cidade do Natal*. Nela continha, além das fotos, depoimentos de pessoas que chegaram na capital há muitos anos.

Finalmente, em 1989, Albimar Furtado chegou à diretoria do *Diário de Natal*, e implantou mudanças no jornal que ficarão marcadas para sempre e que, com certeza, ajudaram o *Diário de Natal* a se manter até os dias de hoje.



Albimar Furtado, diretor geral do *Diário de Natal*.

FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 334.

A partir de 1998, o professor e historiador Itamar de Souza publicou suas pesquisas a respeito da história do Rio Grande do Norte, da vida e da obra de Câmara Cascudo entre outros temas, em fascículos que acompanhavam o jornal *Diário de Natal*. Essas pesquisas tiveram uma forte aceitação junto ao público, carente de publicações que falassem da sua história e dos seus representantes.

Na gestão de Albimar, pode-se mencionar, ainda, os cadernos *Procefet* – voltados para jovens que querem ingressar na Escola

Técnica do RN; o *Grandes Temas*, em parceria com a TVU (Televisão Universitária); o incentivo á promoções e parcerias; e o caderno *DN/Vestibular*, feito para os estudantes que querem prestar vestibular para a UFRN (Universidade Federal do Rio grande do Norte).

Na década de 90, um novo projeto gráfico e editorial foi inaugurado. Em 12 de maio de 1997, o *Diário* aparece de cara nova: com mais fotos e mais colorido.

Já em janeiro de 1998, Osair Vasconcelos assumiu a direção da redação. A partir de então, foram feitas mais alterações nas edições que vieram, tais como: a criação do suplemento *Muito* e das seções de debates *Ponto Contra Ponto* e *Da Volta ao Caso*. Ainda em 98, foram publicadas algumas crônicas veiculadas na *Acta Diurna* de 1947 e 1952, e mais recentemente, criou-se a seção de *Crônicas Natalenses* dentro do suplemento *Muito*.



Osair Vasconcelos, chefe de redação.

FONTE: *O nascimento de um jornal livre*, 1999, p. 320.

Em 1997, o *Diário de Natal* colocou no ar um *site* para que o acesso às informações, antes contidas somente no impresso, se expandisse e atingisse as novas tecnologias. Em 2000, o *Diário de Natal* lançou o portal *DN OnLine* no qual as matérias entram no ar antes mesmo de os jornais chegarem nas bancas ou na casa dos assinantes. O endereço é o <http://www.diariodenatal.com.br>, e é atualizado diariamente.



Versão online do *Diário de Natal*.

FONTE: Site www.diariodenatal.com.br, em 24 de setembro de 2007.

3.2.1 Um jornal e seus cadernos

No que diz respeito a estrutura interna do jornal, pode-se reparar que o primeiro caderno é composto de reportagens, colunas, charges, política, Brasil e Geral. Dentro desse caderno é encontrada a coluna *Observatório DN* de Iranilton Marculino.

O segundo caderno é o *Cidades*, no qual se faz presente um passeio pela rotina e pelos fatos mais relevantes do RN. Além disso, o caderno ainda traz diversão e arte.



Edição do *Diário de Natal*

FONTE: Caderno Cidades. Edição do *Diário de Natal* 31 julho de 2007, p.1.

O caderno *Muito* é voltado para as pessoas que se interessam pela agenda cultural do estado. Nele se encontra uma lista de *shows*, peças de teatro, filmes em cartaz etc, bem como quadros sobre moda, comportamento, horóscopo, televisão, arte entre outros. Dentro deste caderno estão as colunas de Paulo Macedo, Chrystian de Saboya, Carlos Magno e Christianne Alves.



Caderno Muito.

FONTE: Edição do *Diário de Natal* 31 de julho de 2007, p.1.

Ainda tem o caderno *Esportes*, que conta com reportagens locais, nacionais e internacionais acerca de todo o cenário esportivo.

Dentro deste caderno está a *Drible Curto*, coluna de Edmo Sinedino.



Caderno Esportes.

FONTE: Edição do *Diário de Natal* 31 de julho de 2007, p.1.

O caderno *Veículos* é voltado para os amantes de carro, para pessoas que desejam comprar, ou até mesmo, para quem deseja conhecer um pouco mais desse universo dito masculino. Neste caderno pode-se conferir lançamento de automóveis, dicas de manutenção e segurança e, também, reportagens especiais.

Os principais roteiros turísticos, nacionais e internacionais podem ser vistos no caderno *Viagens*, onde está presente, além de tudo, curiosidades relacionadas ao tema e reportagens de atividades turísticas no RN. As dicas são fornecidas por Antônio Roberto de Rocha.

O caderno *Classificados* é o responsável por uma renda extra ao jornal. Nele se encontram anúncios de todos os tipos.



Caderno Classificados.

FONTE: Edição do *Diário de Natal* 12 de julho de 2007, p.1.

No caderno *Família* o leitor pode contar com reportagens, dicas e informações importantes para a família. Temas polêmicos e assuntos como saúde, sexo, gastronomia e sessão infantil são os destaques desse caderno.

Para conferir a programação semanal de filmes, o resumo das novelas, reportagens com artistas e para saber tudo sobre os bastidores das maiores emissoras de televisão consulta-se o caderno *Televisão*.

No último caderno detectado, o público pode contar com as notícias relacionada à *Economia* do estado, do país e do mundo. A linguagem é clara e objetiva, sendo evitado o uso de termos científicos do dialeto econômico. Neste caderno escreve Luciano Kleiber, com sua coluna *Mercado Aberto*.

3.2.2 Sua estrutura física e circulação

Segundo o IVC (Instituto Verificador de Circulação), em junho de 2007 a média de circulação diária de jornais do Diário girou em torno de quase 10.000 exemplares. Levando em consideração que a população do RN se calcula em pouco mais de 3 milhões de pessoas, segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Es-

tatística), o CENSO 2006 contabilizou que é baixa a percentagem de pessoas que lê jornal no estado.

Toda empresa organizada possui um estrutura física bem definida e estruturada em departamentos e suas subseções. Será visto agora como se dá essa organização interna do jornal Diário de Natal.

Figura 2
Estrutura física *Diário de Natal*

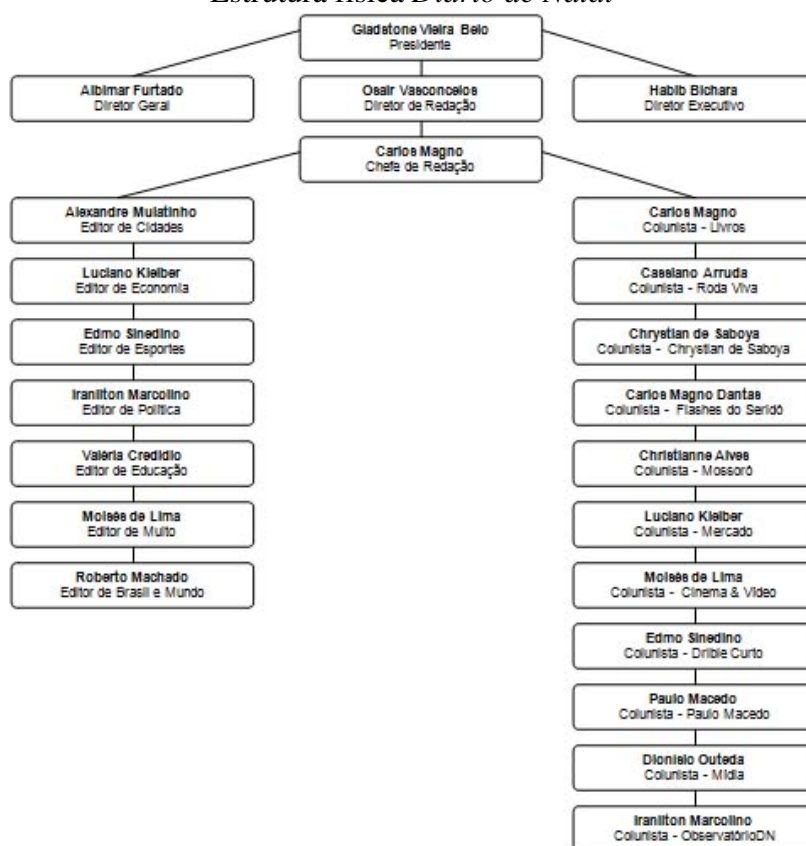


Figura 3
Estrutura comercial *Diário de Natal*



3.3 História da *Tribuna do Norte*

Foi em 24 de março de 1950, que a *Tribuna do Norte*² nasceu. Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Natal possuía cerca de 106 mil habitantes e apenas três jornais: *Diário de Natal*, *A Ordem* e *A República*. A empresa fundada por Aluízio Alves possuía linotipos com mais de 20 anos de uso, uma sala para a redação, outra para a gerência e dois quartos, onde ficavam as oficinas de reposição, juntamente, com duas máquinas de escrever.



Capa da edição 24 de março de 2000.
FONTE: Jornal *Tribuna do Norte*.

²A Empresa Jornalística Tribuna do Norte Ltda. se localiza na Av. Duque de Caixias, 106 – Ribeira, em Natal/RN CEP 59010-200. Na internet: www.tribunadonorte.com.br



Máquinas de impressão.

FONTE: Edição da *Tribuna* 24 de março de 2000, p. 79.

A primeira edição da *Tribuna do Norte* tinha doze páginas, na qual a primeira abordava assuntos sobre a política local. Nos primeiros anos o jornal estava chefiado por Waldemar Araújo, Odorico Ferreira e Rômulo Wanderley, e durante algum tempo circulava apenas com quatro páginas, aumentando esse número para seis em outubro de 1950. Os assuntos tratados nessa época eram mais sobre política, Guerra Fria, acontecimentos locais e serviços públicos. Havia, também, espaços destinados a cultura local, que durante esse período era bastante movimentada.

No que diz respeito ao rol de articulistas consagrados com o tempo, o jornal contava com as idéias de Carlos Lacerda, Juvenal Lamartine, Rubem Braga, Barbosa Lima Sobrinho, Danton Jobim, Câmara Cascudo, Esmeraldo Siqueira, Zila Mamede, Myrian Coeli, Homero Homem, Manuel Rodrigues de Melo etc.

C.N.P.J.: 08.272.908/0001-66

Inscrição Estadual: 20.023.936-8

Inscrição Municipal: 102.085-4

Informações Técnicas: Período: 3^o à domingo; Impressão: off-set/cor; Formato: alt. 53cm, larg. 29,7cm; Número de colunas: 6; Largura de cada coluna: 4,6cm; Tiragem mensal:

10.000 (dia de semana), 15.000 (dominical); Circulação: 39,91% bancas, 42,53% assinaturas e 6,63% cortesias.



Carlos Lacerda, Myrian Coeli e Câmara Cascudo.

FONTE: Edição da *Tribuna* 24 de março de 2000, p. 29, 12 e 42, respectivamente.

3.3.1 Os fundadores

Sabe-se que Aluízio Alves escrevia, desde pequeno, na cidade de Angicos, artigos para o jornal semanal *O Clarim*. Obtendo aceitação e êxito no que escrevia, o jovem, já em Natal, inicia um projeto engenhoso e audacioso: compra uma velha impressora manual e a partir daí começa a sua profissionalização nesse novo sonho.



Aluízio e Agnelo Alves.

FONTE: Edição da *Tribuna* 24 de março de 2000, p. 4.

A partir do *Clarim*, Aluízio expandiu suas idéias para o jornal mensal *A Palavra*, para as revistas *Potiguarania* e *O Estudante* e para os jornais políticos *A Notícia* e *A Razão*. Aluízio nasceu em 11 de agosto de 1921 em Angicos. Formou-se em Jornalismo e em Direito, e logo, cedo descobriu vocação para a política. Foi deputado em 1946, governador em 61, e novamente deputado em 67 e em 91.

Já José Gobat Alves, veio ao mundo em 9 de setembro de 1925. Ele era irmão de Aluízio e se formou em Direito na cidade de Alagoas. Inteligente, mas não militante da política, Gobat foi fundamental na administração dos projetos políticos e jornalísticos do irmão. Mais à frente ele assume a presidência do *Bandern*, a diretoria do *Banco do Nordeste*, o cargo de conselheiro do *Tribunal de Contas do Estado* e a superintendência da *Tribuna do Norte* e da rádio *Cabugi AM*.

Quando se trata de Agnelo Alves, sabe-se que ele nasceu em 16 de julho de 1932 e compartilhava, com seu irmão Aluízio, os mesmos ideais políticos e jornalísticos. Sempre se definiu como “um homem de comunicação”. Iniciou sua carreira de jornalista no Rio de Janeiro no jornal *Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda. Trabalhou, também, no *Jornal do Brasil*, no *O jornal* e no *Diário Carioca*. Na *Tribuna do Norte* ele mantinha desde o começo uma coluna, inicialmente chamada de *Carta ao Humano*,

depois nomeada de *Espaço Livre*. Na televisão e no rádio ele, também, possuía destaque, já que trabalhava como apresentador e comentarista político.

Com o passar do tempo, o então político, foi chefe da Casa Civil, prefeito de Natal em 1966 - cassado em 69 pelos militares, em 85 ocupou a presidência do Banco do Nordeste, foi Senador em 99 e atualmente ocupa a cadeira de prefeito de Parnamirim.

3.3.2 Os profissionais que fizeram a história da *Tribuna do Norte*

No início da vida da *Tribuna do Norte*, Waldemar Araújo era secretário da redação, o mesmo que editor hoje em dia. Na época dele eram três repórteres, dois *copidesks*, um editor e um administrador. Waldemar ficou na *Tribuna do Norte* de 1950 às 1969 e trabalhou junto com jornalistas de nome como Rômulo Wanderley, Berilo Wanderley, Newton Navarro, Myriam Coeli, Ivanaldo Lopes, Teófilo Lopes, Woden Madruga, Garbaldi Alves Filho, Geraldo Melo e o copidesque João Beto.

Dentre muitos nomes que fizeram o *Tribuna do Norte* podem ser destacados também, Odorico Ferreira, Mussoline Fernandes, Cassiano Arruda, Woden Madruga, Ticiano Duarte, João “Rato” e Elder, João “Preto”, Ailson Bonifácio e Amarílis, José Meira, Paulo Tarcísio, Edílson Braga, Albimar Furtado, Carlos Peixoto, Osair Vasconcelos, Cláudio Emerenciano, etc.



João “Preto” e Cláudio Emerenciano.

FONTE: Edição da *Tribuna* 24 de março de 2000, p. 77 e 96, respectivamente.

Durante toda a sua existência, a *Tribuna do Norte* procurou abordar, em seu periódico, temas polêmicos como denúncias de abusos, violência, drogas, campanhas, entre outros.

Em 1990, a *Tribuna do Norte* investe maciçamente em uma reforma gráfica-editorial, na informatização, na redação e na aquisição de modernas máquinas de impressão.

Atualmente, a empresa busca manter-se na vanguarda, modernizando-se e liderando o mercado leitor, e para isso, investiu, assim como o *Diário de Natal*, em um site jornalístico que está no ar sob os cuidados de Jarbas Filho, gerente de informática. O site da *Tribuna do Norte* pode ser conferido no endereço <http://www.tribunadonorte.com.br> e é atualizado diariamente.



Versão online da *Tribuna*.

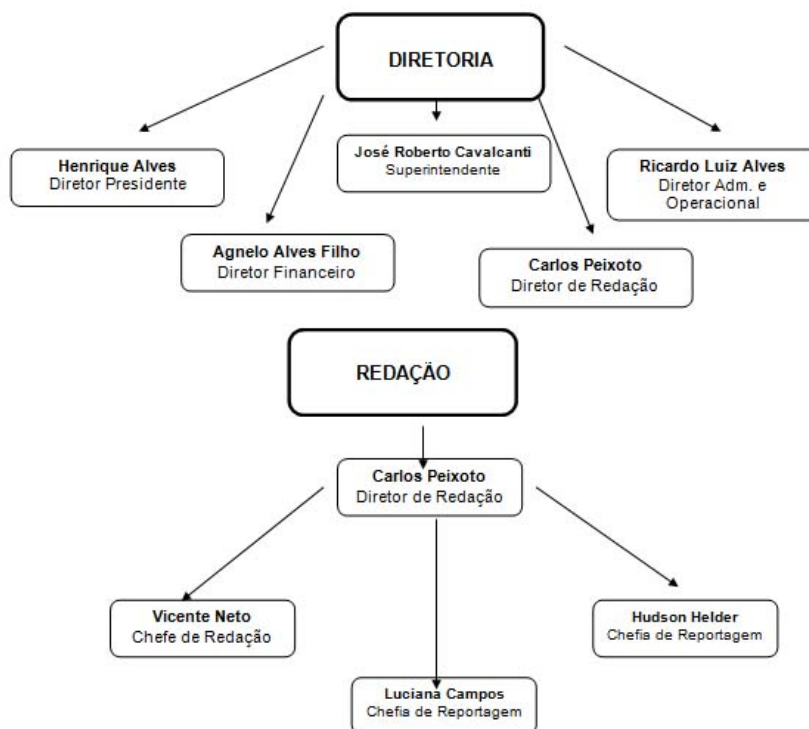
FONTE: Site www.tribunadonorte.com.br, em 24 de setembro de 2007.

3.3.3 O expediente, a caracterização e a circulação atual da *Tribuna do Norte*

O quadro de funcionários da *Tribuna do Norte* conta hoje com um grande grupo. Como Diretor Presidente tem-se Henrique Eduardo Alves; como Superintendente, José Roberto Cavalcanti; como Diretor Administrativo e Operacional, Ricardo Luiz de V. Alves; como Diretor Financeiro, Agnelo Alves Filho; como Diretor de Redação, Carlos Peixoto; como Gerente Comercial, Eliane Lins Rocha; como Gerente de Circulação, Thales Vilar; como Gerente de Marketing, Andréia Barandas e como Gerente de Classificados, Manoel Belo.

Já na chefia da Redação, conta com a presença de Vicente Neto; na chefia de reportagem Hudson Helder e Luciana Campos; nas editorias tem-se Airton Bulhões, Itamar Ciríaco, Ana Silva, Yara Okubo, Aldemar Freire, Isaac Ribeiro e Cinthia Lopes.

Figura 4
Estrutura Física *Tribuna do Norte*



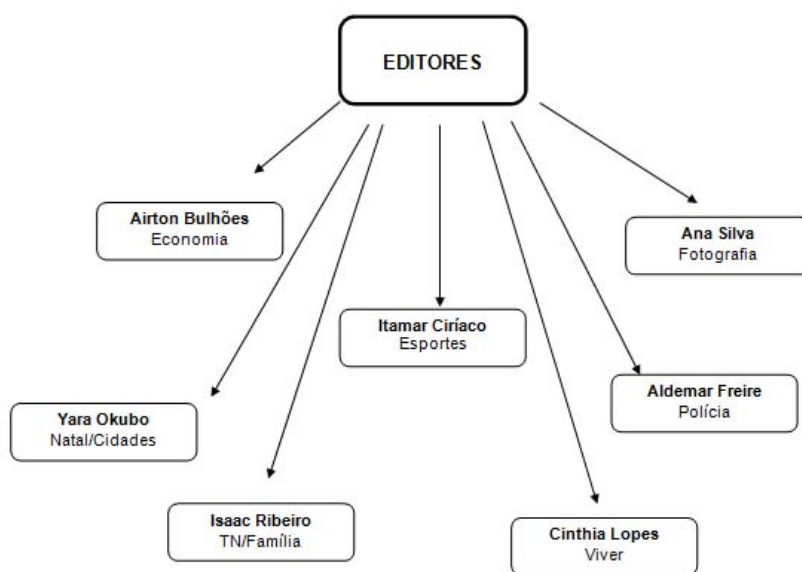
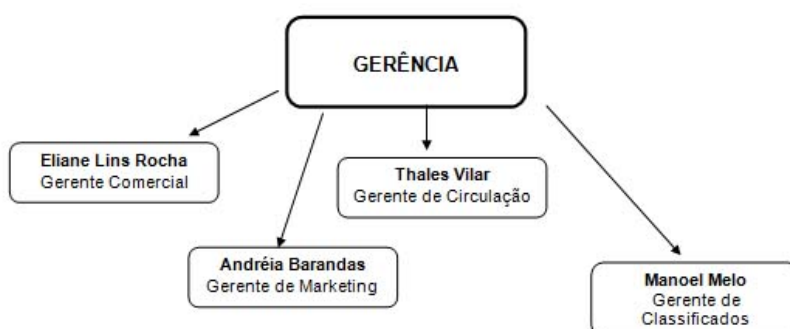


Figura 5
Estrutura Comercial *Tribuna do Norte*



No que diz respeito á caracterização dos cadernos, estes seguem, mais ou menos, a mesma linha do *Diário de Natal*, uma vez que as editoriais abordam os temas que lhe são cabíveis, mas nem sempre voltados para o mesmo foco, pois são jornais diferentes com linhas editoriais distintas.

Os cadernos que compõem a *Tribuna* são: *Política, Geral, Natal, Economia, Esportes, Viver, Classificados*, e nos fins de semana, a *Revista da TV*, conforme ilustrações abaixo.



Cadernos de Economia e Classificados.

FONTE: Edições *Tribuna do Norte* de 20 de setembro de 2007, p.1.



Cadernos de Esportes

FONTE: Edições *Tribuna do Norte* de 20 de setembro de 2007, p.1.

No campo da circulação, o *Tribuna do Norte* é o jornal mais vendido do Rio Grande do Norte. Atualmente o periódico conta

com uma margem que vai de 9 a 12 mil exemplares vendidos durante a semana e de 17 mil aos domingos. Esses dados são fornecidos pelo IVC (Instituto Verificador de Circulação), que mede os números dos jornais daqui do estado. Os dados são do mês de junho, no ano de 2007.

3.4 Metodologia

Ao longo do período de 1^o de Julho a 30 de setembro de 2007, foi realizada, em todos os cadernos, a coleta de dados relativos às notícias e reportagens publicadas sobre violência física nos dois maiores veículos de comunicação impressa de Natal: *Diário de Natal* e *Tribuna do Norte*.

Toda a análise foi feita com o objetivo de observar o comportamento desses dois veículos no que diz respeito às matérias veiculadas por eles, e que tratam do tema proposto acima. A coleta foi feita de terça à sábado, por se chegar à conclusão de que no domingo as notícias quase sempre eram semelhantes às do sábado, e por considerar que na edição dominical o foco do jornal é voltado para o lazer, ou seja, as notícias tendem a possuir um caráter mais leve.

Concomitantemente, todo o material recolhido foi submetido a uma análise de conteúdo, fundamentada nos conceitos que norteiam a prática jornalística de forma ética e democrática, cumprindo a função social que foi concebida a essa instituição denominada Jornal.

Segundo Bardin (2004), a análise de conteúdo é um conjunto de instrumentos metodológicos que se aplicam a discursos diversificados. O objetivo desse tipo de análise consiste na manipulação de mensagens, para que se possa enxergar mais além do que, aparentemente, está dito no texto.

A análise de conteúdo é dividida em dois tipos: qualitativa e quantitativa. O que caracteriza a análise qualitativa é o que se pode deduzir ou o sentido que se pode atribuir às palavras, aos

temas, às personagens etc. Já na análise quantitativa, o que pesa mais na pesquisa é a frequência com que determinados eventos aparecem no discurso.

Devido à profundidade e objetividade das análises qualitativas e quantitativas, foi dispensada a medição dos itens no que diz respeito à ocupação de espaços deles dentro do jornal. Isso porque a quantificação, principalmente, é capaz de apontar o teor e a posição destes jornais com relação ao tema, além de que, com a identificação dos gêneros coletados, dá para se ter uma noção do espaço ocupado pelos itens: as notas ocupam um pequeno espaço, as notícias são um pouco maiores, as reportagens já são mais expressivas etc.

A disposição da análise de conteúdo é caracterizada por três fases: pré-análise, exploração do material e análise e interpretação dos resultados. Para iniciar a primeira etapa da pesquisa, foi feita a escolha dos documentos, a formulação das hipóteses, dos objetivos e a escolha dos índices que fundamentaram a interpretação final. Para tanto, foi necessária a realização de *clipping* diário dos jornais, durante o período já estabelecido acima, e a análise de todo o conteúdo veiculado e coletado. A prática do *clipping* se configura como um recorte diário daquilo que servirá como objeto de estudo. Nesse caso, os recortes serão direcionados a temas que tratam da violência física veiculada nesse dois jornais.

Para protocolar esses *clippings*, foram elaboradas fichas, que demarcam desde o gênero do recorte, o local onde ocorreu a violência, os envolvidos, as fotos, o tempo mencionado, a linguagem utilizada etc., para fins de análise qualitativa e quantitativa dos itens apurados. Essas fichas foram preenchidas de modo que cada item correspondesse a uma folha, ou seja, cada item possui a sua ficha, registrando todos os dados relevantes sobre o tema discutido: a violência retratada no meio impresso. Dando continuidade à caracterização da análise, esta, também, se fez por meio de bibliografia especializada em Comunicação Social, Sociologia e Ética, para que, através dos métodos dedutivo e dialético, se faça uma pesquisa completa e, cientificamente, relevante.

Além disso, foram propostas entrevistas com os diretores dos jornais em questão (*Tribuna do Norte* e *Diário de Natal*), bem como com alguns repórteres, para que eles pudessem mostrar seus pontos de vista ou justificar os resultados obtidos nas análises.

Uma entrevista consiste numa conversa intencional, geralmente entre duas pessoas, embora por vezes possa envolver mais pessoas (Morgan, 1988), dirigida por uma das pessoas, com o objetivo de obter informações sobre a outra. No caso do investigador qualitativo, a entrevista surge com um formato próprio (Burgess, 1984, pp.101-121). ...a entrevista é utilizada para recolher dados descritivos na linguagem do próprio sujeito, permitindo ao investigador desenvolver intuitivamente uma idéia sobre a maneira como os sujeitos interpretam aspectos do mundo. (BOGDAN e BKLEN, 1994, p.134)

Porém, alguns fatos inusitados precisam ser registrados. Com relação às entrevistas com os diretores, o diretor geral (Albimar Furtado) do *Diário de Natal* e o diretor de redação (Carlos Peixoto) da *Tribuna do Norte*, foram procurados, e receberam a conclusão da monografia em mãos, bem como os questionamentos acerca do que foi detectado. Porém, mesmo isso tendo ocorrido quinze dias antes da entrega do trabalho para a banca avaliadora, não obtive resposta alguma de nenhum dos dois jornais, apesar da minha cobrança com relação ao prazo estabelecido.

Alguns repórteres, também, agiram da mesma forma, foram procurados e, a eles foi entregue o mesmo material, mas com perguntas diferentes das elaboradas para os diretores. De todos recebi a afirmativa que iriam responder “com o maior prazer”, entretanto, dos quatro profissionais procurados, somente dois lograram êxito: a jornalista Mariana Cremonini e o jornalista Wagner Lopes, ambos do *Tribuna*. Os jornalistas questionados foram: da *Tribuna*, Mariana Cremonini e Wagner Lopes; do *Diário*, Ana Paula e David Freire.

Com relação a Ana Paula o fato foi mais curioso, a jornalista se sentiu extremamente ofendida e revidou com palavras grossei-

ras, se mostrando bastante fragilizada. Optou por não responder às perguntas e desqualificou a importância do trabalho em questão. Além disso, demonstrou imaturidade e falta de orientação dos seus superiores, pois falou em nome do jornal de maneira indelicada. O repórter, David Freire, talvez de maneira estratégica, simplesmente, não se pronunciou.

Em se tratando da pesquisa bibliográfica, segundo Cervo e Bervian (1983), esse tipo de pesquisa é caracterizada pela utilização de livros, de revistas, de documentos, de periódicos, enfim, de registros impressos da prática de todo e qualquer trabalho científico. Toda pesquisa deve se iniciar com uma pesquisa bibliográfica, que permita ao pesquisador conhecer o que já foi estudado sobre o assunto, para somente assim, se aprofundar ou levantar um questionamento inédito acerca do tema proposto. Segundo Gil (2002), a pesquisa documental é semelhante à pesquisa bibliográfica, porém as fontes que a compõem são documentos que ainda não foram tratados, e não somente, livros publicados e artigos científicos divulgados, que já foram objetos de estudo.

A análise documental pode se constituir numa técnica valiosa de abordagem de dados qualitativos, seja complementando as informações obtidas por outras técnicas, seja desvelando aspectos novos de um tema ou problema. (LUDKE, 1986, p.38)

Com relação aos métodos, foram escolhidos os métodos dedutivo e dialético. Segundo Gil (2002), método é o conjunto de etapas, ordenadamente dispostas, a serem vencidas na investigação, no estudo de uma ciência ou para alcançar determinado fim. Dessa forma, o método dedutivo é aquele, que parte de questões particulares até chegar a conclusões generalizadas, e o dialético se caracteriza pelo confronto de ideais como a tese, a antítese e a síntese. Esse método consiste, essencialmente, em uma forma esquemática de explicação da realidade que se fundamenta em oposições e em choques entre circunstâncias distintas ou opostas.

Fazendo uso da Comunicação Social, foram trabalhados, nessa pesquisa, aspectos como, observação das técnicas empregadas no

ato do jornalismo, tais como apuração, redação, edição e fotojornalismo, além de tratar de assuntos como Indústria Cultural, Sensacionalismo, Teorias do Jornalismo, Teorias das Notícias, entre outros, para justificar os posicionamentos tomados durante o processo de desenvolvimento e interpretação dos resultados da monografia.

Na Sociologia, foram trabalhados temas como sociedade, cultura, valores sócio-culturais, construção social da realidade e de identidade através da mídia, entre outros. Isso foi feito para ajudar a justificar as respostas às proposições contidas no item Hipóteses e Variáveis, relacionadas com a sociedade, e que foram respondidas no decorrer da pesquisa.

No campo da Ética, foi abordada e conceituada a conduta do profissional jornalista no campo em que, este, deve atuar com responsabilidade e levando em consideração os princípios éticos pré-estabelecidos pelos Códigos de Ética.

Capítulo 4

Análise de dados

4.1 Análise de conteúdo do *Diário de Natal*

A coleta de dados se deu a partir do dia 1^o de julho e teve fim no dia 30 de setembro de 2007. Os *clippings* foram feitos de terça a sábado, por se chegar à conclusão de que no domingo as notícias quase sempre eram semelhantes às do sábado, e por considerar que na edição dominical o conteúdo é voltado mais para o entretenimento do público.

A maior parte dos itens foi encontrada dentro do caderno *Cidades*, sendo recolhidos sistematicamente, dentro do referido jornal, 129 itens referentes ao tema *violência física*. Dessa forma, analisando o quadro abaixo, podem ser feitas algumas observações:

Tabela 1
Quadro referente aos gêneros jornalísticos e às ilustrações

	Julho	Agosto	Setembro
Total de Itens	47	47	35
Notas	5	14	8
Notícias	32	33	23
Reportagens	12	1	4
Entrevistas	3	1	0
Fotos	29	12	15
Desenhos	0	0	0
Infográficos	1	0	0
Boxes	2	0	0

De acordo com Sousa (2004):

A teoria dos gêneros jornalísticos, aplicada à análise do discurso, pode originar dados interessantes para o analista, permitindo-lhe detectar melhor, por exemplo, as diferenças e semelhanças na cobertura de um acontecimento feita por diferentes jornais. (SOUSA, 2004, p. 94)

Em setembro houve uma queda visível no número de veiculações referentes ao tema, isso se deu, provavelmente, porque neste mesmo mês a maior parte das publicações foi inédita, contabilizando 29. As publicações não-inéditas somaram apenas 6. Esse fato não ocorreu nos meses de julho e agosto onde, em julho, as publicações não-inéditas chegaram a 23 e em agosto a 12. Esse número mostra que houve uma atenção maior para o agendamento das notícias nos dois primeiros meses da coleta. Em julho houve 10 publicações referentes ao *caso Ubarana*; já no final de julho e todo o mês de agosto, os *flashes* estavam voltados para o *caso Disson*, ao todo foram 5 publicações referentes a este crime.

Com relação às notas, é perceptível que em agosto este gênero se fez mais atuante, o que justifica o número baixo de fotografias neste mesmo mês. Um dado interessante se mostra nas reportagens, foram 12 no mês de julho, contrastando com 1 em agosto

e 4 em setembro. Novamente, essas reportagens se justificam devido a atenção que o jornal deu ao *caso Ubarana*, que permeou o noticiário durante todo o mês, dando destaque de página inteira ao julgamento do casal acusado, e expondo fotos da família da vítima, do local do julgamento, dos próprios acusados etc.

As fotografias somaram os incríveis 29 itens no mês de julho o que concorda com o grande número de notícias e reportagens veiculadas neste mês.

Não foi encontrado nenhum texto de natureza pedagógica, e talvez, por isso, os itens ficaram carentes de desenhos, infográficos e boxes, com apenas 1 menção de infográfico e 2 boxes em julho. É preciso que se produza mais textos de cunho explicativo, que preste algum serviço à sociedade e/ou, que debata temas polêmicos, fazendo uso, dessa forma, de recursos ilustrativos para facilitar a compreensão do assunto.

É importante frisar que no mês de julho, dos 47 itens, 40 estavam relacionados á assassinatos; e em setembro, o caso se mostrou pior: dos 35 itens, 30 se relacionavam a assassinatos. É insustentável que um veículo possa explorar tanto essa temática a ponto de ela tomar mais de 85% das suas notícias referentes ao tema. No mês de agosto esse índice foi menor, mas ainda alarmante: das 47 notícias, 34 traziam o assassinato como manchete. Se faz necessário que os tipos de violência retratados sejam bem divididos sem dar prioridade a este ou aquele fator, pois o importante é tratar do assunto e não dos números. Confira no quadro abaixo:

Tabela 2
Quadro referente aos tipos de violência encontrados

	Julho	Agosto	Setembro
Assassinatos	40	34	30
Latrocínio	2	3	2
Luta corporal	1	1	0
Estupro	3	3	9
Espancamento	8	1	0
Outros	10	2	11

Uma outra problemática encontrada neste jornal foi o fato da consulta de fontes. As fontes oficiais se mostraram presentes em quase todos os itens, porém o equívoco não reside aí, mas no fato de somente ser dado voz a tais fontes.

... proliferam nos meios de comunicação as posições das fontes “oficiais”, em detrimento das perspectivas de outras fontes. Alguns autores falam [...] na existência de uma hegemonia, uma espécie de unicidade de pontos de vista e valores sobre o mundo, transmitida pelos meios de comunicação, que favorece o consenso e o consentimento. (SOUSA, 2004, p. 22)

Assim, vítimas, acusados, advogados, especialistas, populares, família da vítima e família do acusado quase não puderam se manifestar, o que pode caracterizar as matérias, os jornalistas e este veículo, como imparciais. A tabela abaixo pode ilustrar melhor esse evento:

Tabela 3
Quadro referente às fontes consultadas

	Julho	Agosto	Setembro
Oficiais	41	37	33
Vítimas	9	4	3
Acusados	9	5	4
Advogados	4	1	0
Especialistas	0	0	0
Populares	10	4	4
Família da vítima	9	9	7
Família do acusado	1	1	0

O quadro mostra, ainda, a ausência total de especialistas, quando eles poderiam ser utilizados para falar de casos bizarros como o do homem acusado de agredir a mutilar duas mulheres (mãe e filha) com quem vivia maritalmente. O caso foi veiculado em 18 de julho e não houve sequer o parecer de uma especialista para falar sobre as infrações detectadas dentro dessa reportagem: um homem viver com duas mulheres na mesma casa e as duas se aceitarem, inclusive ele tendo filhos das duas; e elas terem ficado caladas durante tanto tempo admitindo serem mutiladas. Perguntas podem surgir na cabeça dos leitores como: o que se passa na cabeça de um homem assim? O que se passa na cabeça dessas mulheres? O acusado pode ser vítima de algum transtorno patológico? Como se explicaria esse transtorno? E nada melhor que um especialista, nesse caso, um psicólogo ou psiquiatra para responder a questões como estas, inclusive tornaria a reportagem não tanto apelativa e sensacionalista, e sim, mais informativa e esclarecedora. Nada mais educativo que usar de uma notícia para ensinar, para dar o número do disque denúncia, para divulgar lugares de apoio a mulheres que se sentem ameaçadas pelos seus maridos etc. São inúmeras as possibilidades de fazer com que uma notícia desse tipo não passe, apenas, como mais números da violência. É imprescindível que se ouça várias vozes, que os espaços, dentro do texto, sejam iguais para todos e que o tendencionismo ou desmerecimento desta ou daquela fonte sejam eliminados.

Para elucidar essa questão, Traquina (2001) diz, que o jornalismo enfatiza os acontecimentos em detrimento das problemáticas devido ao valor de imediatismo e à definição de jornalismo como relatos atuais sobre ocorridos factuais. Correto, porém Traquina se refere às notícias, e não às reportagens. Estas devem ser as mais completas possíveis, e devem buscar focos diferentes daqueles dados nas notícias, além disso, uma reportagem bem feita é aquela que explica, mostra e faz analogia, ensinando algo de novo sem apenas noticiar o fato.

Voltando à reportagem em questão, nota-se que ela não é de um todo ruim porque, pelo menos, usou o espaço para falar da *Lei Maria da Penha*, mas peca, como já foi dito, por não constar entrevista com especialista, nem endereços e, menos ainda, telefones de ajuda às vítimas deste tipo de violência.

Retornando ao quadro, os índices são baixíssimos com relação às outras fontes, o que salienta que as fontes oficiais dominam o processo de produção das notícias. Segundo Wolf (2003), o acesso às fontes alternativas é muito difícil, mesmo sendo estas quem garantem o fornecimento constante das notícias. Porém, reside aí uma problemática: quem dá o enquadramento da notícia é quem fala, ou seja, é a fonte, e assim, sendo ouvidas apenas fontes oficiais, como será construído o discurso jornalístico? Apenas sob um único ponto de vista? Traquina (2001) diz, que além de o jornalismo estar orientado para os acontecimentos, ele também se volta para as fontes, em sua maioria oficiais, que dão credibilidade ao que está sendo dito e beneficiam o jornalista, mas o deixa preguiçoso, e este, não altera o enquadramento do fato que lhe é oferecido.

Assim, as fontes de maior poder, de estatuto social mais elevado ou que representam mais pessoas e que são capazes de providenciar regularmente informação relevante e “verídica” aos jornalistas têm um acesso privilegiado aos meios de comunicação. Por consequência, essas fontes têm maior capacidade em promover determinados acontecimentos à categoria de notícia e de influenciarem os

enquadramentos que moldam a cobertura desses acontecimentos. Além disso, os poderosos tendem a ser representados em atividades “dignificantes”, enquanto as restantes pessoas [...] geralmente são notícia por atividades “menos dignificantes” ou mesmo “desviantes”, como crimes, manifestações etc. [...] certos conteúdos podem ser vistos como “ideológicos”, pois contribuem para manter e legitimar continuamente as estruturas de poder e dominação da sociedade. (SOUSA, 2004, p. 24)

É indiscutível que a predominância das fontes oficiais representa a hierarquia existente dentro da sociedade e direciona a informação de acordo com o interesse de quem, unicamente, fala. Ainda segundo Sousa (2004), tal prática consiste num jornalismo puramente comercial e sem compromisso com seus leitores, se comportando como mero porta-voz da minoria elitizada. A partir deste jogo, os grupos sociais alimentam seus interesses e vivem numa troca de favores, tal qual na época feudal. Cada um precisa assegurar a sua dominação, e, para isso, as elites utilizam-se dos meios.

Chega-se agora a um ponto crítico desta análise. A apuração dos dados dos sujeitos envolvidos nos crimes. Veja a tabela abaixo:

Tabela 4
Quadros referentes à apuração de dados dos envolvidos nos crimes

Quadro 1

	Julho	Agosto	Setembro
Sexo das vítimas	Feminino (9) Masculino (40) Não definiu (7)	Feminino (11) Masculino (37) Não definiu (8)	Feminino (9) Masculino (31) Não definiu (2)
Sexo dos acusados	Feminino (6) Masculino (42) Não definiu (14)	Feminino (3) Masculino (35) Não definiu (13)	Feminino (2) Masculino (29) Não definiu (7)

Quadro 2

	Julho	Agosto	Setembro
Idade das vítimas	0 a 3 anos (2) 3 a 10 anos (3) 10 a 18 anos (3) 19 a 24 anos (5) 25 a 49 anos (6) 50 ou mais (2) Não definiu (29)	0 a 3 anos (0) 3 a 10 anos (0) 10 a 18 anos (6) 19 a 24 anos (4) 25 a 49 anos (14) 50 ou mais (3) Não definiu (27)	0 a 3 anos (0) 3 a 10 anos (2) 10 a 18 anos (6) 19 a 24 anos (5) 25 a 49 anos (8) 50 ou mais (3) Não definiu (15)
Idade dos acusados	0 a 3 anos (0) 3 a 10 anos (0) 10 a 18 anos (2) 19 a 24 anos (7) 25 a 49 anos (8) 50 ou mais (0) Não definiu (33)	0 a 3 anos (0) 3 a 10 anos (0) 10 a 18 anos (2) 19 a 24 anos (2) 25 a 49 anos (10) 50 ou mais (0) Não definiu (36)	0 a 3 anos (0) 3 a 10 anos (0) 10 a 18 anos (2) 19 a 24 anos (6) 25 a 49 anos (6) 50 ou mais (2) Não definiu (20)

A quantidade de indefinições que existe dentro desse quadro, tanto com relação ao sexo dos acusados e das vítimas, quanto com relação às idades, é proporcional à irresponsabilidade que consiste em divulgar fatos incompletos. Como se noticia um fato, o qual não se sabe nem ao menos o sexo da pessoa que agiu ou que sofreu a ação? O intuito do jornalismo é informar o que ocorreu ou quantificar corpos? É isso que parece quando se analisa o quadro da idade dos acusados e das vítimas. Não existe preocupação alguma em apurar os dados de maneira correta e completa. A preocupação desse jornal reside, apenas, em dizer que em tal dia, em

tal local (às vezes), morreu alguém, mas não se sabe o sexo dessa pessoa, nem a idade e nem quem matou. Qual o sentido dessa notícia? Qual a lógica que reside em tal fato ser veiculado, se nem sequer o *lead* é respondido? É entristecedor tal prática sensacionalista, que busca aterrorizar os seus leitores com números e não, debater com estes, as problemáticas da violência. Parece que existe uma disputa entre os jornais para ver quem divulga mais notícias, independente de elas estarem com os dados completos ou não. Não se pode mais permitir divulgações incompletas dos dados dos agentes. Se não foi possível apurar os dados completos, ou seja, responder ao *lead* com transparência, não divulgue tais eventos.

De acordo com o repórter da *Tribuna*, Wagner Lopes, o que ocorre é “falta de tempo [...] falta de sistematização de dados por parte do poder público [...] carência de fontes confiáveis no estado [...] falta de mobilização por parte da sociedade civil [...] e falta de cuidado dos próprios jornalistas”. Uma notícia como a que será vista abaixo, poderia ter rendido um bom debate acerca da violência, veja:



Exemplo de valor notícia *quantidade* e inadequação do título.
 Fonte: *Diário de Natal*, em 05 de julho de 2007.

Vários erros residem nessa publicação: primeiro, com um olhar mais apurado se percebe que o título é inadequado, pois o termo *menor* não se usa mais em jornalismo, segundo os manuais de redação. Segundo, o menor não se arma, o menor é vítima,

portanto, alguém arma os menores. Terceiro, ao invés de jogar números e mais números que nada dizem, o repórter poderia ter trabalhado a notícia (que merecia ser uma reportagem) de forma que ficassem evidentes os problemas com relação à educação, à desestruturação familiar, à pobreza etc, que são umas das causas dessa problemática da inserção do jovem na criminalidade. Essa notícia poderia ter servido de alerta tanto à população quanto ao Estado, mas da forma como foi escrita não passa de mais um boletim de ocorrência, como muitos divulgados pelo jornal.

Com relação aos locais de violência divulgados pelo jornal, Parnamirim, Igapó, Búzius, São José de Mipibu e São Gonçalo do Amarante são os mais citados. Um dado importante é o fato de 11 locais dos acontecimentos não serem divulgados em julho; em agosto, 21; e em setembro, 13. É inadmissível que um repórter vá ao local do crime apurar as informações e não saiba em que bairro ele foi. Elementar... O repórter não foi a local nenhum, ele apenas puxou o telefone de dentro da redação ou mesmo pelo celular, em casa, e escreveu o que *alguém* disse. *Fulano que contou pra cicrano que contou pra mim, que mataram um lá não sei aonde*. Será que é isso que ocorre? Será que a agilidade imposta pelo mundo capitalista faz com que os repórteres se comportem dessa forma? E pior, faz com que os editores deixem tais notas sem expressão alguma serem rodadas? É preciso se pensar no jornalismo com credibilidade e não naquele que conta o maior número de casos todos baseados em disse-me-disse. O jornalista não pode se valer de fontes sem crédito e que tratam o jornalismo com o fofoca.

Com relação ao tempo mencionado, com era de se esperar, o mais detectado foi o *passado*, visto que as notícias tratam de contar fatos que ocorreram no passado e, que, só depois, serão publicadas.

Tabela 5
Quadro de menção ao tempo relatado nas notícias

	Julho	Agosto	Setembro
Passado	45	46	35
Presente	7	2	0
Futuro	2	0	0

Nesta pesquisa foi detectada que a finalidade do tipo de jornalismo praticado pelo jornal *Diário de Natal* se configura como *jornalismo noticioso*, que segundo Sousa (2004:30) é aquele que “caracteriza-se por abordar noticiosa e factualmente acontecimentos ou problemáticas da atualidade. É o tipo mais comum de jornalismo”. Já quanto ao processo de obtenção de informações, este jornalismo se enquadra como de *rotina* e de *denúncia*:

Jornalismo de rotina – jornalismo que se baseia nas rotinas jornalísticas, nos contatos habituais e regulares com as fontes autorizadas e credíveis etc. [...] Jornalismo de denúncia – tipo de jornalismo cada vez mais comum na atualidade e que resulta da entrega ao jornalista por uma fonte (que normalmente quer manter o anonimato) de um dossier sobre determinados atos ilícitos ou de provável ilicitude cometidos por uma determinada personalidade, normalmente uma figura pública. (SOUSA, 2004, p. 31)

Um exemplo do jornalismo de denúncia foi o caso *Disson*, explorado nos 3 meses da apuração, onde um personagem denuncia determinado político por práticas ilícitas e, em seguida, acaba sendo vítima de um atentado, supostamente encomendado pelo político que sofre as acusações.

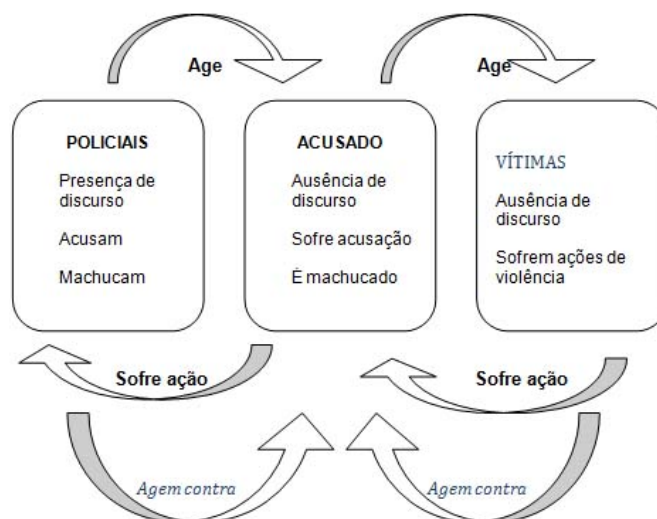
A linguagem utilizada na construção das matérias, como, também, era de se esperar, foi a referencial. Não cabe dentro do texto jornalístico a metalinguagem - a não ser em grandes reportagens ou em escritos de opinião, bem como a linguagem conativa, a fática ou a poética. A escrita coloquial adequada ao público heterogêneo do jornal, também foi respeitada. O jornal respeitou,

também, o conceito de atualidade. Mas, mais um erro do jornal reside no uso excessivo de termos repetidos: a palavra *polícia* foi dita em 37 dos 47 itens apurados em agosto. Em setembro o evento foi mais grave: são 31 menções num universo de 35 itens. Já em julho, são 36 menções em 47 itens. A palavra *morte* segue atrás com 35, 28 e 26 menções, nos meses de julho, agosto e setembro, respectivamente.

O fato é que todo jornalista esforçado é capaz de construir um texto que não repita tantos termos, pois tal façanha empobrece a notícia e a deixa cansativa, monótona e padronizada.

O esquema abaixo faz uma relação entre os protagonistas das ações e seus objetivos. Os resultados serão discutidos no decorrer desta análise:

Figura 6
Esquema de relação entre protagonistas das ações e seus objetivos



Acima se pode ver, que somente quem tem voz dentro da matéria recortada (dia 1º de setembro), são os policiais. O acusado e as vítimas nada falam, a não ser aquilo que os oficiais narram da história. Nesta ação, os acusados e as vítimas saem machucados,

ficando ilesos, apenas, os policiais, ou seja, quem foi prejudicado não pôde falar, não pôde expor seu ponto de vista. A autoridade tem voz dentro do texto e reafirma o seu poder, complementado, quando, no fim, se une às vítimas e, juntos, agem, novamente, contra o acusado. Há ainda outra observação a fazer: juntos (polícia e vítimas) incitarão a população a ficar contra o acusado utilizando os meios de comunicação.

O discurso se mostra, assim, construído para reafirmar o poder e a autoridade policial, que se faz presente no texto dando a idéia tanto de amostra de serviço desta instituição à população, quanto de solidificação do seu local na hierarquia de poder social. O que se observa é que dentro do discurso, o policial é visto num primeiro patamar de importância, uma vez que tem voz impressa no texto; já a vítima, a qual incitou todo o desenrolar da história, possui um papel secundário; e o acusado, o mais prejudicado em todos os sentidos, inclusive com divulgação de fotos com o queixo machucado, se vê num 3º patamar. Ainda foi constatado que todo o conteúdo dessa matéria foi construído (desde a manchete) para acusar o suposto assaltante e estuprador, e não para noticiar o fato em si, ou seja, o enquadramento da história foi feito pelos policiais, desde o momento da prisão do acusado até o desfecho da narrativa.

Segundo Sousa (2004:68), o formato do discurso pode também colaborar “para desvelar enquadramentos e até as relações sociais, em especial as relações de poder. Tende-se a ser mais respeitoso e cuidadoso com quem pode prejudicar-nos de alguma forma”. Não se pode fazer um jornalismo com credibilidade e sério utilizando estes recursos expressos acima, pois tais falhas são reconhecidas nacionalmente e descredita as empresas jornalísticas locais.

Ainda no âmbito do discurso, a excessiva menção ao tema *morte* traz a tona este valor notícia utilizado na maior parte dos casos, o que é lastimável, mais uma vez, tratar desse tema de maneira tão superficial e, meramente, quantitativa.

Continuando o rol das palavras mais citadas nos textos, tem-se

o que se pode chamar de campo semântico da violência, ou seja, algumas palavras relacionadas ao tema foram ditas várias vezes, em várias notícias: em julho, dos 47 itens apurados, a palavra *crime* foi vista em 33 itens; *vítima*, em 29; *bala*, em 24; *homicídio*, em 22; *prisão*, em 21; *assassino*, em 19; *delegado*, em 18; e *assaltante*, em 17.

Em agosto, dos 47 itens apurados, a palavra *crime* foi vista em 25 itens; *vítima*, em 24; *balas*, em 25; *prisão*, em 20; *revólver*, em 17; *assalto*, em 16; *assassinato*, em 16; e *delegacia*, em 14. Já no mês de setembro, os destaques vão para as palavras *vítima* com 24 menções; *crime*, com 20; *balas*, com 21; *assassino*, com 16; *prisão*, com 16; *delegado*, com 12; *delegacia*, com 12; e *corpo*, também, com 12 menções.

Mas o que significa todos esses dados? Dá para perceber que, em sua maioria, eles se repetem. As palavras usadas são sempre as mesmas, isso, porque, as notícias são sempre as mesmas: alguém matou outro alguém em algum canto. Não existe debate, não existe discussão acerca da violência, o que existe nos meios, são somente, números, estatísticas, e diga-se de passagem, que quanto maiores, mais espaço têm nos veículos. Dessa forma, visto que, as palavras mais utilizadas nos 3 meses foi *polícia*, *morte* e *crime*, pode-se dizer, que o modelo do discurso desse jornal não varia, e, independente da notícia, o foco e o formato do discurso são sempre os mesmos. Está mais do que na hora de mudar a forma como se constrói o texto noticioso acerca da violência. Não se pode mais admitir títulos como *ITEP registra sete homicídios* (21 de agosto), *ITEP registra oito homicídios no RN* (10 de julho), isso não influencia em nada na vida das pessoas, a não ser embutir nelas a sensação de pavor. Para quê noticiar a quantidade de mortos, se não se sabe quase nada acerca do ocorrido? Está todo mundo cansado de ver quantos corpos foram pro IML (Instituto Médico Legal) no fim de semana. A sociedade quer e precisa de mais informações. A sociedade precisa de conhecimento. O que parece é que querem vencer as pessoas pelo cansaço e implantarem dentro de cada um a sensação de medo até no ato de ir

à esquina. Ninguém merece abrir um jornal e ver somente números jogados ali sem nenhum tratamento, sem nenhum cuidado. O quadro abaixo pode ilustrar os exemplos:



Exemplo de valor notícia *quantidade*.

Fonte: *Diário de Natal*, em 21 de agosto de 2007.

O papel do jornal não é fazer boletins de ocorrência, mas expor problemáticas que são relevantes para a sociedade no intuito de ajudá-la, e não de deixá-la sem pânico e sem esperança. Existem casos de reabilitação de assassinos que dão certo, existem casos de suspeitas de homicídio que não chegam a ser comprovadas, porque, talvez, nem sejam verdadeiras de fato, mas, apesar disso, porque tanta insistência em publicar coisas negativas? Parece que está todo mundo muito louco com essa síndrome da perseguição, que pode ser agravada (porque não?) pelos meios de comunicação.

O jornalista da Tribuna, Wagner Lopes, afirma que as empresas não têm estrutura nem para apurar superficialmente todas as notícias, nem para escolher uma e trabalhar de maneira mais intensa, e além disso, a mesma reputação que ganha um jornalista que apura muitas notas por dia, recebe aquele que apura apenas uma de maneira completa por dia, ou seja, é muito mais cômodo apurar várias notas, que se debruçar e pensar acerca de uma reportagem.

Com relação às imagens mostradas nas fotos, em sua maioria, o jornal tem um cuidado ao veicular as fotografias de caráter mórbido, mas, em alguns momentos, se deixa vencer pela fome de vender e veicula corpos mutilados, como publicado em 18 de julho. Além dessa publicação, constam algumas outras, que tratam de fotos de caixão, inclusive de uma criança, em 17 de julho, e fotos de acusados espancados. Sabe-se, que não é ético veicular a imagem de alguém estando ela nua, espancada ou morta, e, no entanto, esta máxima é desrespeitada. É possível se passar a mesma mensagem de uma maneira menos agressiva do que as expostas nesses casos.

Entretanto, há ainda, uma observação a fazer a respeito das fotos veiculadas nesse jornal. A polícia, comumente, é retratada fazendo o seu dever. O que implica em dizer que, normalmente, o corpo policial é visto de costas, nos atos de prisão ou em atos de investigação. Isso reforça, novamente, o que já havia sido dito: a polícia é vista como poderosa, como eficaz, como politizada. Quando, na verdade, se sabe que a corrupção dentro do corpo policial é praticada em larga escala. Mesmo assim, esta unidade nunca é retratada como marginalizada, mas como instituição de justiça e de atitudes boas, que ajuda a sociedade a se proteger dos ladrões e assassinos. Estes são retratados sempre maltrapilhos, espancados, de cabeça baixa, e principalmente, de frente, para que a população marque bem o rosto do criminoso e nunca mais dê a ele a oportunidade de pertencer à sociedade. Todos os agentes da notícia merecem ser tratados e retratados com respeito e com dignidade, principalmente, quando se trata da imagem de alguém. Dessa forma, este jornal ajuda a estereotipar os acusados e os policiais, desprezando e reafirmando, respectivamente, suas posições.

Alguns dos conceitos pré-concebidos (estereótipos), que alimentam as notícias resultam das táticas e estratégias que esses grupos dominantes foram usando, mesmo que inconscientemente, para fabricarem o consentimento e legitimarem o seu domínio. (SOUSA, 2004, p. 25)

Outro fato que chamou atenção foi a questão da quantidade de fotos das vítimas e dos acusados, que, em todos os meses, tiveram maior veiculação que outras imagens. É necessário que o jornal se responsabilize por distribuir melhor as fotos dos envolvidos nos crimes, mas isso não é o que consta no jornal analisado. Veja o quadro abaixo:

Tabela 6
Quadro de referência às fotos publicadas dos agentes dos itens

	Julho	Agosto	Setembro
Vítimas	12	3	7
Acusados	17	7	10
Populares	4	1	4
Família da vítima	4	1	0
Polícia	4	1	2
Família do acusado	0	0	0
Cenário do crime	9	2	5
Outros	3	0	1

Esse fato de super exposição das vítimas e dos acusados pode representar o que se chama de prévio julgamento, que tanto a mídia, quanto a sociedade gostam de fazer. O acusado é, normalmente, taxado de assassino ou de ladrão, antes mesmo de ser julgado pela justiça. Sociologicamente, este é um hábito embutido na população, mas que não deveria ser estendido às mídias por ser considerado antiético e desumano. Os meios devem informar com qualidade e sem incitar preconceitos e valores distorcidos, ou seja, o papel de qualquer instituição de comunicação não é pregar á martelos maus hábitos instituídos desde sabe-se lá quando, mas procurar mostrar valores mais nobres que estes que, normalmente, são cultivados, principalmente quando se trata da vida de pessoas.

Um fato que precisa ser exaltado é, que na maioria dos itens coletados, as imagens são menores que as mensagens textuais. Sabe-se, que, na linguagem jornalística, a imagem serve para complementar o que se está lendo, e não ao contrário. Dessa forma, o jornal acerta quando publica, em julho, 21 imagens menores que

a mensagem textual, com 7 consideradas maiores que os textos; já em agosto esse número cai para 5, e conta com 20 imagens menores que o texto; em setembro são 16 fotos menores que o texto e 3 que se mostram maiores.

Dentre as palavras mais citadas nas manchetes a *morte* está em primeiro lugar nos 3 meses pesquisados. Em julho são 47 títulos com 13 menções à morte; em agosto, 47, com 14 menções; e em setembro, 35, com 16 menções. Parece mesmo que o fator *morte* atrai às pessoas, é a única explicação para tanta insistência em colocá-la no título, estampada, para todo mundo ver. Outras palavras, também, muito citadas são *assassino*, *roubo*, *preso*, *estupro*, *tiros*, *chacina* e *homicídio*. Fica comprovado, então, de uma vez por todas, o valor notícia utilizado nestes casos: a *morte*. É mórbido, é pavoroso, dá medo, não ensina nada de bom, mas vende. Não custa nada elaborar títulos mais sutis e criativos, deixando de lado essa apelação constante e bombardeante.

Entre os elementos estruturantes do discurso jornalístico impresso, os títulos são aqueles onde mais se pode notar a tensão entre a necessidade de chamar a atenção, “obrigando” a ler, e a necessidade de informar. [...] os jornalistas [...] tomam liberdades expressivas para “salgar” e promover seus enunciados. (SOUSA, 2004, p. 201-202)

Pegando o gancho do assunto *valor notícia* utilizado para a maior parte das notícias, pode-se completar dizendo, que existem mais alguns temas que despertam a curiosidade das pessoas, e que serviram de critérios de noticiabilidade para a veiculação dos itens coletados, são eles: o valor notícia *proximidade*, visto que a maior parte das notícias diz respeito à localidade, e não ao âmbito nacional ou internacional; a *infração*, quando se detecta itens que infringem às leis da justiça e da moralidade; a *quantidade*, quando se privilegia os números e não as problemáticas; o *inusitado*, quando se publica fatos que surpreendem à sociedade; a *notoriedade*, quando se pratica um agendamento em cima de uma celebridade; a *novidade*, quando se veicula atos que não haviam sido ainda expostos etc.

De uma maneira geral, não ocorreu menção alguma de caráter positivo, nos itens apurados. As notícias são tratadas como escândalos, e não como problemas que precisam ser solucionados. Mesmo quando vai falar de algo bom, como a prisão de homicidas e ladrões, o jornal enfoca o negativismo. Além disso, mostra que morreu alguém, mas depois que o assassino é pego, não existe a preocupação de mostrar à sociedade que ela está livre deste ou daquele criminoso, com exceção de algumas vezes, as quais o jornal dá vez à personagens como o *Terror de Laranjeira do Abdias*, que foi pego depois de estuprar, matar e roubar várias pessoas no interior. Ou seja, a notícia veiculada, é em sua maioria, sensacionalista e perseguidora de números, crueldade e emotividade. Mais uma vez se faz necessário dizer, que outros focos podem ser dados, porque não existe mais sentido e atualidade quando se fala em números a todo momento. A partir do momento em que o texto enfoca outro aspecto ele se mostra grandioso, fazendo uma leitura mais profunda e menos aparente do que o de costume, nesse caso, ele, de fato, mostra ao leitor, uma novidade, um item especial.

Já que está se falando em emotividade, algumas fotos apelam para a esse recurso, mostrando o rosto das vítimas ou dos familiares chorando, com no caso de 7, 17 e 18 de julho. Dessa forma, pode-se completar e dizer, que os atores principais das notícias veiculadas por este jornal são aqueles que sofrem, ou seja, as vítimas e seus familiares, pois mesmo quando não são retratados em fotos, são expostos no discurso como pessoas revoltadas, que estão sofrendo e que querem justiça – despertando em quem lê, o ímpeto de piedade, dó e alívio, por não estar passando por aquilo.

Apenas 6 itens veiculados foram assinados. É pouco dentro de um universo de 129 publicações, o que desperta a curiosidade de perguntar o por quê. Deve ser porque os itens relacionadas à violência física são tão mal apurados e mal elaboradas, que ninguém quer *arriscar seu pescoço*. Ou então, existe uma possibilidade mais remota, que reside na suposição de que os jornalistas têm medo de o bandido ir atrás dele tirar satisfação sobre o porquê de

ele ter escrito tal matéria, ameaçando, inclusive, a vida do profissional. De acordo com Sousa (2004), “a abdicação da assinatura nos textos também pode ser uma forma de ocultar a origem de alguma informação, que pode ter sido externa, mesmo quando sujeita a reescrita”. O jornalista profissional, ético e comprometido com o que ele se propôs a fazer desde lá de dentro da Universidade, assina seus textos por motivos óbvios, pois foi ele quem escreveu. Aliás, todo texto veiculado foi escrito por alguém, mas cadê os nomes?

No que diz respeito à assinatura de fotos, a maioria levou o nome do autor, o que mostra uma certa responsabilidade do jornal em relação à divulgação das imagens; por outro lado, sabe-se que, com a evolução das mídias digitais, existe uma prática comum de se copiar fotografias em larga escala, talvez, também, tenha sido por isso, que não houve consideráveis índices de publicação de fotos sem autoria.

A boa notícia é que não ficou evidente nenhuma prática neste jornal, que incite o preconceito contra negros, pobres ou homossexuais, grupos, normalmente, vitimados pelo pré-julgamento da sociedade. Porém, pode-se dizer, que o jornalismo praticado por este jornal é carente e problemático por estar a serviço do *status quo*; por pensar nas vendas em detrimento da informação; por falhar nas apurações, nas consultas de fontes e na divulgação de algumas fotos; por permanecer sem se preocupar com o sensacionalismo na manchete, não acrescentando nada de bom ou útil na vida das pessoas; por tornar um tema tão delicado e doloroso como a morte, algo banalizado no nosso cotidiano; por trocar o termo *acusado de matar* por *mata* (em 14 de agosto), o termo *acusado de atropelar* por *atropela* (em 28 de agosto), o termo *acusado de matar* por *matou* (em 4 de setembro), o termo *acusado de assaltar e estuprar* por *assaltante e estuprador* (em 1º de setembro). O jornalismo sério não pode acusar antes mesmo da justiça. Já que, ainda, não foi provada a culpa dos acusados, o que fica valendo é a máxima de que *todo mundo é inocente até que se prove ao contrário*, além do que, acusar sem provas é crime,

e prevê, além de danos morais, o direito de resposta ao ator da notícia. Isto pode evidenciar a fragilidade das informações emitidas pelo jornal, que se vê nessa situação de conceder tal garantia, admitindo que errou de alguma forma.

Com relação ao formato dos textos, a maioria se enquadra no tipo *pirâmide invertida*, formato que mantém relação direta com o *lead*.

Quando se escreve uma notícia com base no modelo da pirâmide invertida, o núcleo duro da informação deve figurar no *lead*. Os restantes parágrafos seguem-se ao *lead*, sendo hierarquicamente ordenados por ordem decrescente de importância e interesse. Ou seja, o *lead* deve conter a informação mais importante e interessante. O segundo parágrafo conterá informação um pouco menos interessante e importante do que o *lead* e assim sucessivamente. Os parágrafos vão-se sucedendo do que contém a informação mais importante e interessante para o que contém a informação menos importante e interessante. Ao conjunto de parágrafos que surgem depois de *lead* chama-se corpo da notícia. (SOUSA, 2004, p. 73)

Levando em consideração os tipos de *lead* mais usados, a maior incidência foi em cima do *lead de impacto*, que, de acordo, Sousa (2004):

O *lead* de impacto contém o núcleo duro da informação [...] se deve responder na notícia: “quem?”, “o que?”, “quando?”, “onde?”, “Como?” e “porque?”. [...] geralmente o mais importante consiste em responder a “quem?” e a “o que?”.[...] A forma seca e clássica de redigir um *lead* de impacto baseia-se na fórmula “sujeito-verbo-complementos de lugar e tempo – complemento direto”. (SOUSA, 2004, p. 70)

Ainda foram encontrados textos com o formato *teatralizado*, como em 15 de agosto; textos com o formato de *flash back*, como

em 5 de julho; textos com o formato *circular*, como em 8 de agosto; e textos com o formato *mosaico*, como em 04 de julho.

Foram detectados alguns textos com títulos que apresentavam polissemia, como em *Padrasto é acusado de queimar enteada*, veiculado em 21 de agosto, onde *queimar* tanto pode ser entendido como causar *queimaduras* quanto pode ser entendido como *matar, apagar* uma pessoa. Segundo Sousa (2004):

Os jornalistas [...] dos meios jornalísticos impressos normalmente procuram ser eficazes [...] e eficientes [...], cultivando um determinado estilo, mais ou menos informativo, mais ou menos emotivo e dramático, mais ou menos apelativo. Determinados vocábulos podem dar pistas [...] nos procedimentos de confecção dos discurso e nas intenções do codificador / emissor. (SOUSA, 2004, p. 79)

Outro fato interessante é a supressão de fonemas, muito utilizada no meio jornalístico, como no exemplo de 11 de agosto: *Belfort acha que confissão (de quem?) é só uma meia verdade*. Outro exemplo, também é o do dia 7 de julho: *Acusação (de quem?) quer aumentar pena de Patrícia*. Com relação às figuras de estilo detectadas nos recortes, tem-se como exemplo o dia 7 de julho onde consta o seguinte título: “*Ficamos de alma lavada*”, onde o termo *alma lavada*, logicamente, está empregado de maneira metafórica. Outros itens referentes ao estilo foram achados, como: metonímia, em *Caso Ubarana vai a júri* (03 de julho); sinédoque, em *Laranjeira do Abdias pede mais segurança* (03 de julho); antonomásia, em *Menor se arma na periferia* (05 de julho); paradoxo, em *Se ele é inocente porque ficou foragido?* (15 de agosto); disfemismo, em *Banho de sol termina em sangue no presídio* (04 de setembro) etc. Sousa (2004) diz, que a importância das figuras de estilo reside no fato de estas conferirem ao texto pensamento, moldando estilisticamente o discurso. O autor diz, ainda, que, as figuras contribuem para criar um sentido de mundo, contribuindo, assim, para os processos de cognição e significação.

Durante todos os discursos foi observado que os textos são escritos em 3^a pessoa, o que caracteriza o estilo jornalístico, com

exceção das entrevistas, que além de serem escritas em 1^a pessoa, também tiveram seus títulos elaborados em 1^a pessoa. Segundo Sousa (2004):

A terceira pessoa do singular ou do plural (ele/eles), normalmente usada no discurso jornalístico, evidencia fratura e distanciamento entre o enunciador e os acontecimentos representados no discurso. Revela [...] intenção de objetivização do discurso. Por vezes, o enunciador procura desvincular-se de si mesmo, referindo-se a si mesmo na terceira pessoa, o que parece conferir-lhe maior capacidade analítica e objetividade. (SOUSA, 2004, p. 81)

Alguns procedimentos que visam a dramatização e a intensificação do discurso, também, foram localizados, tais como em *Banho de sol termina em sangue no presídio* (4 de setembro), *Jovem é acusado de matar carroceiro* (14 de agosto), *Voltar para casa é um perigo* (5 de setembro), *Dupla aterroriza na região agreste do estado* (10 de julho), *Terror em Laranjeira dos Abdias* (3 de julho) etc.

Com relação aos procedimentos de persuasão, existe 1 recorte, apenas, (05 de julho) que se utiliza de argumentos, como: uso de cifras (números) que possam validar e tornar verossímil o que está sendo dito; menção e integração de causas e conseqüências dos acontecimentos, o que reforça o que está sendo explanado; construção do texto de maneira emotiva; citação de fontes que dão credibilidade ao relato; exposição de idéias que convencem que tais ações são benéficas etc.

Esta análise se valeu dos métodos indutivo e dedutivo. Indutivo porque houve casos, que necessitaram de uma compreensão vinda de uma observação de um caso particular para se chegar a uma conclusão geral, como por exemplo: dizer que não existiu predominância na publicação de matérias educativas, visto que houve apenas 1 menção ao tema, que se aproxima do caráter educativo, em 05 de julho, ou seja, foi observado um caso particular, para se chegar a algo geral e lógico. Dedutivo porque se precisou,

também, tornar explícitos casos particulares contidos em casos gerais, como nos casos de repetição de matérias (os agendamentos). Afirmou-se que este jornal praticou o agendamento por ter sido detectado várias menções ao caso *Ubarana*. Estes casos particulares geraram o todo, a afirmação de que, de fato, existiu o agendamento. Veja a ilustração abaixo:



Exemplo de agendamento da mídia.

Fonte: *Diário de Natal*, em 06 de julho de 2007.

Fica aqui, no final dessa discussão, uma sugestão. Porque não fazer cadernos especiais sobre problemáticas que atingem a sociedade como um todo? Grandes reportagens especiais sobre economia, educação, violência, doenças, profissões, assistencialismo etc? Porque só existe o interesse em se criar cadernos especiais para casos de agendamento, que abordam temas tão sórdidos como *Operação Impacto*, caso *Disson* e caso *Ubarana*? E o pior, são abordados da maneira mais dura possível, sem se debater causas, conseqüências, problemáticas, soluções etc. Porque não se diminui essa insistência com número de mortes? Porque não se

apura melhor os fatos antes de divulgá-los? Porque não se estuda, batalha e tenta fazer um jornalismo melhor e que, pode ainda, se livrar dos preconceitos que o taxam pelo Brasil á fora?

4.2 Análise de conteúdo da *Tribuna do Norte*

A coleta de dados se deu a partir do dia 1º de julho e teve fim no dia 30 de setembro de 2007. Os *clippings* foram feitos de terça a sábado, por se chegar à conclusão de que no domingo as notícias quase sempre eram semelhantes às do sábado, e por considerar que na edição dominical o conteúdo é voltado mais para o entretenimento do público.

A maior parte dos itens foi encontrada dentro do caderno *Natal*, sendo recolhidos sistematicamente, dentro do referido jornal, 135 itens referentes ao tema *violência física*. Dessa forma, analisando o quadro abaixo, podem ser feitas algumas observações:

Tabela 7
Quadro referente aos gêneros jornalísticos e às ilustrações

	Julho	Agosto	Setembro
Total de Itens	51	53	31
Notas	12	18	9
Notícias	26	27	19
Reportagens	13	8	3
Entrevistas	1	0	0
Fotos	26	26	15
Desenhos	0	0	0
Infográficos	0	4	0
Boxes	0	2	1

Em setembro houve uma queda visível no número de veiculações referentes ao tema, isso se deu, provavelmente, porque neste mesmo mês a maior parte das publicações foi inédita, contabilizando 24. As publicações não-inéditas somaram apenas 7. Esse

fato não ocorreu nos meses de julho e agosto onde, em julho, as publicações não-inéditas chegaram a 24 e em agosto a 19. Esse número mostra que houve uma atenção maior para o agendamento das notícias nos dois primeiros meses da coleta. Em julho houve 9 publicações referentes ao *caso Ubarana*, menos que no *Diário*; a *Tribuna do Norte* deu uma atenção bem maior ao caso *Disson*, foram ao todo 16 publicações tratando do caso, nos 3 meses de coleta.

Com relação às notas, é perceptível que em agosto este gênero se fez mais atuante, com 18 itens, o que não interferiu na exibição de fotografias neste mesmo mês, que contabilizaram 26 fotos. A partir dos números permite-se inferir, que a maior parte das notícias, em agosto, possuíam fotos, pois as reportagens contabilizaram a apenas 8, já as notícias 27. Um dado interessante se mostra, também, nas reportagens, foram 13 no mês de julho, contrastando com 3 em setembro. Provavelmente, essas reportagens se justificam devido a atenção que o jornal deu ao *caso Ubarana*, que permeou o noticiário durante todo o mês, contabilizando 10 itens somente no mês de julho. Houve, assim como no *Diário*, destaque de página inteira ao julgamento do casal acusado, com exposição de fotos da família da vítima, do local do julgamento, dos próprios acusados etc.

As fotografias mantiveram uma média de 26, em julho; 26, em agosto, e, 15 em setembro, havendo uma queda justificável no número de exibições em setembro devido ao baixo número de itens encontrados relacionados ao tema, foram 31 apenas. Foi encontrado apenas 1 texto de natureza pedagógica, o qual será mencionado mais à frente. Foi localizado, também, 1 matéria que se aproxima desse formato de discurso: *Brasil tem 8º maior arsenal* (29 de agosto), porém a foto veiculada junto ao texto e o enquadramento que foi dado tornaram a matéria mais uma em meio às notícias policiais. O jornal é carente de desenhos e boxes, com baixa veiculação desses recursos, mas possui menção de 4 infográficos em agosto, menos mal.

É importante frisar que no mês de julho, dos 51 itens, 31 es-

tavam relacionados á assassinatos; em agosto, o caso se mostrou pior: dos 53 itens, 37 se relacionavam a assassinatos; e em setembro dos 31 itens, 21 remetiam ao termo. Esses índices se mostraram altos, porém menores que no *Diário de Natal*. Confira no quadro abaixo:

Tabela 8
Quadro referente aos tipos de violência encontrados

	Julho	Agosto	Setembro
Assassinatos	31	37	21
Latrocínio	2	1	0
Luta corporal	8	1	0
Estupro	2	6	5
Espancamento	6	2	0
Outros	13	18	8

Uma problemática já detectada no *Diário* e, também, constatada na *Tribuna*, se refere ao fato da consulta de fontes. As fontes oficiais, neste jornal, também, se mostraram presentes em quase todos os itens, e, novamente, o equívoco se repete por não ter sido dado voz a todas as fontes.

Assim, vítimas, acusados, advogados, especialistas, populares, família da vítima e família do acusado quase não puderam se manifestar, o que pode caracterizar as matérias, os jornalistas e este veículo, também, como imparciais. A tabela abaixo pode ilustrar melhor esse evento:

Tabela 9
Quadro referente às fontes consultadas

	Julho	Agosto	Setembro
Oficiais	36	43	28
Vítimas	2	6	0
Acusados	7	10	4
Advogados	5	3	0
Especialistas	1	2	0
Populares	5	4	5
Família da vítima	3	2	5
Família do acusado	0	1	0

O quadro mostra, ainda, a presença de especialistas, o que não ocorreu no *Diário de Natal*. É pouco ainda, mas é um começo. Utilizar a voz dos especialistas para expandir a informação é importante, quando se trata de um jornalismo sério ou que pretende ser.

Retornando ao quadro, os índices são baixíssimos com relação à consulta de vítimas, principalmente quando se compara à consulta aos acusados. Como se pode dar mais destaque ao acusado que à vítima ou à sua família? Nem todas as vítimas agredidas foram mortas, e mesmo assim, não foram consultadas, isso é justo? O índice de consulta às outras fontes, também, é baixo, o que salienta que as fontes oficiais dominam o processo de produção das notícias neste jornal, da mesma forma que no *Diário*. A problemática continua: quem dá o enquadramento da notícia é quem fala, ou seja, é a fonte, e assim, sendo ouvidas apenas fontes oficiais, como será construído o discurso jornalístico? Apenas sob um único ponto de vista? O jornalista precisa buscar mais e dar enquadramentos ao texto que ele escreve. Não é certo, e nem ético, pegar as informações prontas, com enquadramentos já estabelecidos, e *botar o jornal para rodar*.

Dessa forma, reafirma-se aqui, que a predominância das fontes oficiais representa a hierarquia existente dentro da sociedade e direciona a informação de acordo com o interesse de quem, unicamente, fala. Esse jornalismo comercial e sem compromisso com

seus leitores, se comporta como mero porta-voz da minoria elitizada. É inconsolável saber que esta prática, também, está presente na *Tribuna do Norte*. Continua, então, o ciclo de alimentação dos grupos sociais, que defendem seus interesses, e se recompensam, entre si, com a troca de favores, tal qual na época feudal. Cada um precisa assegurar a sua dominação, e, para isso, as elites utilizam-se, também, deste meio.

De acordo com o jornalista da *Tribuna*, Wagner Lopes, “uma matéria que aborde de forma perfeita determinado tema, não tem, junto a opinião pública, o mesmo impacto que uma matéria ‘sensacionalista’”. Ele diz, ainda, que não é pecado salgar o título, pois a empresa jornalística quer vender exemplares. Isso quer dizer que as pessoas gostam de ler desgraça? No mesmo parágrafo o jornalista entra em contradição e diz que as pessoas na rua lhe param e dizem que querem saber mais notícias dos problemas que ocorrem em suas ruas, no seu local de trabalho, no seu posto de saúde, na sua linha de ônibus etc, e que procuram “esquecer” as tragédias que ocorrem diariamente. Então, a desgraça vende ou não vende? Vende! Mas outras notícias também vendem, é isso que tem que ficar claro aqui.

Continuando, há, também, itens que não possuem fonte alguma e que expressam apenas um ocorrido (grave) sem maiores detalhes, como no exemplo abaixo:



Fonte: *Tribuna do Norte*, em 17 de julho de 2007.

Nesse item, vê-se algumas inadequações: primeiro, o texto não possui fonte, nem assinatura. Segundo, uma notícia dessa amplitude merece o destaque de ao menos levantar temas como, os valores familiares, o papel das Instituições de Apoio à Infância e Juventude etc, mas o que ocorre é um texto cru e sem expressão alguma. Afinal, o que ele pretende mostrar?

Logo abaixo, vê-se a apuração dos dados dos sujeitos envolvidos nos crimes:

Tabela 10
Quadros referentes à apuração de dados dos envolvidos nos crimes

Quadro 1

	Julho	Agosto	Setembro
Sexo das vítimas	Feminino (7) Masculino (25) Não definiu (25)	Feminino (4) Masculino (36) Não definiu (17)	Feminino (10) Masculino (26) Não definiu (2)
Sexo dos acusados	Feminino (6) Masculino (37) Não definiu (18)	Feminino (4) Masculino (23) Não definiu (22)	Feminino (1) Masculino (16) Não definiu (14)

Quadro 2

	Julho	Agosto	Setembro
Idade das vítimas	0 a 3 anos (2)	0 a 3 anos (1)	0 a 3 anos (0)
	3 a 10 anos (0)	3 a 10 anos (2)	3 a 10 anos (2)
	10 a 18 anos (1)	10 a 18 anos (6)	10 a 18 anos (2)
	19 a 24 anos (4)	19 a 24 anos (5)	19 a 24 anos (9)
	25 a 49 anos (7)	25 a 49 anos (10)	25 a 49 anos (4)
	50 ou mais (1)	50 ou mais (1)	50 ou mais (4)
	Não definiu (41)	Não definiu (17)	Não definiu (12)
Idade dos acusados	0 a 3 anos (0)	0 a 3 anos (0)	0 a 3 anos (0)
	3 a 10 anos (0)	3 a 10 anos (0)	3 a 10 anos (0)
	10 a 18 anos (1)	10 a 18 anos (1)	10 a 18 anos (2)
	19 a 24 anos (5)	19 a 24 anos (9)	19 a 24 anos (2)
	25 a 49 anos (7)	25 a 49 anos (9)	25 a 49 anos (0)
	50 ou mais (0)	50 ou mais (0)	50 ou mais (1)
	Não definiu (42)	Não definiu (37)	Não definiu (26)

A quantidade de indefinições que existe dentro desse quadro, tanto com relação ao sexo dos acusados e das vítimas, quanto com relação às idades, é proporcional ao que se vê no *Diário de Natal*. Os dois veículos trabalham com notícias que não definem o sexo da pessoa que agiu ou que sofreu a ação, bem como não mencionam, em boa parte, as idades dos envolvidos. A pergunta se repete: o intuito do jornalismo é informar o que ocorreu ou quantificar corpos? É isso que parece quando se analisa o quadro da idade dos acusados e das vítimas. Não existe preocupação alguma em apurar os dados de maneira correta e completa. A preocupação desse jornal reside, apenas, em dizer que em tal dia, em tal local (às vezes), morreu alguém, mas não se sabe o sexo dessa pessoa, nem a idade e nem quem matou. Qual o sentido dessa notícia? Qual a lógica que reside em tal fato ser veiculado, quando nem o *lead* foi respondido? Novamente, e igualmente, será dito que é entristecedor tal prática sensacionalista, que busca aterrozar os seus leitores com números e não, debater com estes, as problemáticas da violência. Agora fica comprovada a disputa entre os jornais para ver quem divulga mais notícias, independente de elas estarem com os dados completos ou não.

Mariana Cremonini, da *Tribuna*, diz que a culpa das notícias se encontrarem como estão são das empresas, isso porque há “falta de estrutura e pessoal [...] os repórteres são sobrecarregados [...] os jornalistas trabalham ao esgotamento e exaustão [...] e há falta de orientação por parte dos mais antigos do jornal”.

Com relação aos locais de violência divulgados pelo jornal, São Gonçalo, Centro, Búzius, Parnamirim, Lagoa Nova e Quintas são os mais citados. Um dado importante é o fato de 12 locais dos acontecimentos não serem divulgados em julho; em agosto, 3; e em setembro, apenas, 1. É preciso considerar que a imprecisão na apuração quanto aos locais dos crimes, se faz menor na *Tribuna* que no *Diário*. Não existe isso de o repórter ir ao local do crime apurar as informações e não saber nem em que bairro ele foi, a não ser, claro, que ele não tenha ido, e tenha recebido as informações através do telefone. Porém, uma quantia de itens imprecisos se fez presente no mês de julho, dessa forma, é preciso continuar pensando, que o jornalismo com credibilidade deve ser aplicado, ao contrário do jornalismo sem compromisso social e responsável.

Com relação ao tempo mencionado, com era de se esperar, o mais detectado foi o *passado*, visto que as notícias tratam de contar fatos que ocorreram no passado e, que, só depois, serão publicadas. Porém, no mês de agosto, houve 8 menções no presente, o que pode evidenciar um texto de caráter contínuo e, não apenas, factual. Isso é bom para o jornalista e para os leitores, que não ficam restritos aos dados corriqueiros, se mostrando capazes, assim, de discutir mais profundamente um determinado fato.

Tabela 11
Quadro de menção ao tempo relatado nas notícias

	Julho	Agosto	Setembro
Passado	30	49	31
Presente	1	8	0
Futuro	0	0	0

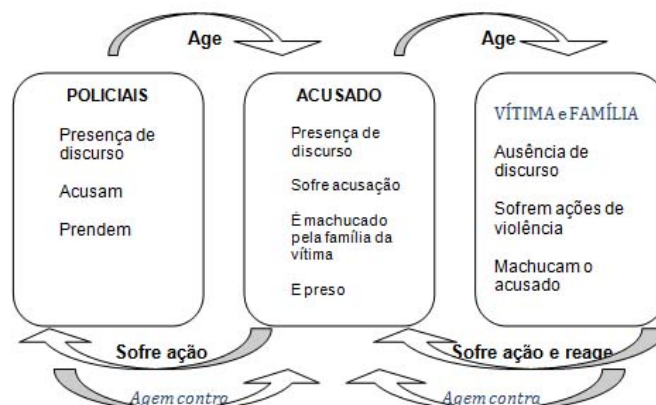
Nesta pesquisa, também, foi detectada que a finalidade desse tipo de jornalismo praticado pelo jornal *Tribuna do Norte*, se configura como *jornalismo noticioso*; Já quanto ao processo de obtenção de informações, este jornalismo se enquadra como de *rotina* e de *denúncia*.

Um exemplo do jornalismo de *denúncia* foi o caso *Disson*, explorado, principalmente, no 1º mês da apuração, com 10 itens publicados.

A linguagem utilizada na construção das matérias, como, também, era de se esperar, foi a *referencial*. A escrita coloquial, também, adequada ao público heterogêneo do jornal, foi respeitada. O jornal seguiu, também, o conceito de atualidade. Mas, infelizmente, a *Tribuna*, também, errou no que reside ao uso excessivo de termos repetidos: a palavra *polícia* foi dita em 42 dos 53 itens apurados em agosto. Em setembro o evento foi mais grave: são 24 menções num universo de 31 itens. Já em julho, são 37 menções em 51 itens. A palavra *morte* segue atrás com 24, 34 e 22 menções, nos meses de julho, agosto e setembro, respectivamente.

Da mesma maneira, que foi feito na análise do *Diário de Natal*, abaixo se encontra um esquema que faz uma relação entre os protagonistas das ações e seus objetivos. Os resultados, também, serão discutidos no decorrer desta análise:

Figura 7
Relação entre os protagonistas das ações e seus objetivos



Acima se pode ver, que quem tem voz dentro da matéria recortada (dia 12 de setembro), são os policiais e o acusado. A vítima nada fala, a não ser aquilo que os oficiais contam que souberam através dela e de sua família, mas sem menção alguma da fonte. Nesta ação, os acusados e a vítima saem machucados, ficando ilesos, novamente, e, apenas, os policiais, ou seja, os maiores prejudicados não tiveram voz. Se foi dada voz à polícia, e até mesmo ao acusado, porque não se ouviu a família da vítima ou a própria vítima, que mesmo sendo criança poderia ter mantido o anonimato do seu nome, mas não do seu discurso? Nesta matéria, a autoridade, por ter voz dentro texto, reafirma o seu poder, complementado, quando, no fim, se une à vítima e à família e, juntos, agem, novamente, contra o acusado. Também se faz necessário observar, que assim como visto no *Diário*, a *Tribuna*, através desta notícia, induz uma incitação à população ficar contra o acusado, que, até mesmo, dentro da delegacia se vê ameaçado por outros presos, devido à exposição que teve na mídia.

Faz-se imperativo reforçar, que o discurso se mostra, assim, construído para reafirmar o poder e a autoridade policial, que se apresenta no texto dando a idéia que o profissional está ali fazendo o seu dever, ao passo que demarca seu *status* dentro da sociedade.

O que se observa é que dentro do discurso, o policial é visto num primeiro patamar de importância, uma vez que tem voz impressa no texto e não sofre perdas de espécie alguma; já a vítima, mesmo tendo sofrido a violência, não é ouvida, nem sua família, sendo colocada, então, num patamar secundário; e o acusado, o mais prejudicado em todos os sentidos, inclusive com divulgação de fotos com o rosto machucado, se vê num 3º patamar. O acusado, além de ser exposto pela mídia, foi espancado pela família e por populares, assim, suas perdas se configuram como maiores que os outros envolvidos (nesse caso porque a menina não chegou a ser estuprada). Ainda foi constatado que todo o conteúdo dessa matéria foi construído (com exceção da manchete) para acusar o suposto estuprador, e não para noticiar o fato em si, ou seja, o enquadramento da história foi feito pelos policiais, desde o momento da prisão do acusado até o desfecho da narrativa.

Voltando à análise geral, ainda no âmbito do discurso, a excessiva menção ao tema *morte* traz a tona este valor notícia utilizado na maior parte dos casos, também, neste jornal, o que é lastimável, mais uma vez, tratar desse tema de maneiras tão superficial e, meramente, quantitativa.

Aprofundando-se no campo semântico da violência, algumas palavras se repetiram dentro dos textos. Dos 51 itens apurados em julho, a palavra *crime* foi vista em 22 itens; *vítima*, em 22; *prisão*, em 20; *homicídio*, em 17; *balas*, em 17; *delegado*, em 15; *delegacia*, em 15; e *assassino*, em 14.

Em agosto, dos 53 itens apurados, a palavra *vítima* foi vista em 29 itens; *prisão*, em 28; *crime*, em 27; *balas*, em 27; *revólver*, em 19; *delegado*, em 18; *violência*, em 17; e *assassino*, em 14. Já no mês de setembro, os destaques vão para as palavras, *crime* com 17 menções; *balas*, com 16; *vítima*, com 15; *assassino*, com 12; *corpo*, com 12; *assalto*, com 11; *delegacia*, com 10; e *violência*, também, com 10 menções.

Novamente, conclui-se, que o discurso utilizado em um jornal é quase o mesmo que o usado no outro, porém, na *Tribuna*, as

palavras *vítima* e *crime*, aparecem em níveis de menção distintos que os apurados no *Diário*.

Dessa forma, visto que, as palavras mais utilizadas nos 3 meses foi *polícia*, *morte* e *vítima*, pode-se dizer, que o modelo do discurso desse jornal não varia, e, independente da notícia, o foco é sempre o mesmo.

Já que, até aqui, houve poucas diferenças entre a abordagem do *Diário* e da *Tribuna* em relação á violência no jornal impresso, não era de se espantar que tal veículo, também, exibisse manchetes do tipo: *Professor é morto com oito facadas* (29 de setembro), *Quatro presos fogem da DP de Goianinha* (11 de agosto), *ITEP registra cinco crimes em menos de 24 horas* (21 de agosto), *Briga deixa 25 mortos em cadeia* (24 de agosto) etc. Esse tipo de notícia não influencia em nada na vida das pessoas, a não ser embutir nelas a sensação de pavor. Novamente é dito, para quê noticiar a quantidade de mortos, se não se sabe quase nada acerca do ocorrido? Novamente se afirma, querem vencer as pessoas pelo cansaço ou pelo medo. Este tipo de jornalismo provinciano não pode mais permear as notícias.

Com relação às imagens mostradas nas fotos, em sua maioria, o jornal tem um cuidado ao veicular as fotografias de caráter mórbido, mas, em alguns momentos, também, se deixa vencer pela fome de vender e veicula várias fotos de pessoas mortas (21 de agosto), superexpõem acusados (6 de julho), divulga fotos de incitação ao tumulto (4 de julho), de acusados espancados (27 de julho), de caixão (15 de setembro), de corpo jogado no chão (7 de setembro) etc. Vale salientar que não é ético veicular a imagem de alguém estando o ator da notícia nu, espancado ou morto, e, no entanto, esta máxima é desrespeitada na *Tribuna do Norte*, assim como, no *Diário de Natal*.

Da mesma maneira que é retratada no *Diário*, a polícia, na *Tribuna*, comumente, é vista *em ação*, demonstrando atitudes nobres e de defesa do cidadão. O que implica em dizer que, neste jornal, também, o corpo policial é visto de costas, nos atos de prisão (mostrando toda a sua força) ou em atos de investigação (mos-

trando sua autoridade e notoriedade). Isso reforça, novamente, o que já havia sido dito: a polícia é vista como poderosa, como eficaz, como politizada, mesmo sendo, também, corrupta e marginalizada no sentido de praticar ilegalidades. A imagem ruim, negativa, é deixada para os acusados de ladrão, de estuprador, de homicida etc. Estes são veiculados sempre maltrapilhos, espancados, de cabeça baixa, e principalmente, de frente, para que a população marque bem o rosto do criminoso e nunca mais dê a ele a oportunidade de pertencer à sociedade. Dessa forma, é permitido dizer, que este jornal ajuda a estereotipar os acusados e os policiais, desprezando aquele, e reafirmando, este.

Outro fato que chamou atenção foi a questão da quantidade de fotos dos acusados, que, em todos os meses, tiveram maior veiculação que outras imagens.

Tabela 12
Veiculação de fotos dos envolvidos

	Julho	Agosto	Setembro
Vítimas	3	9	5
Acusados	10	10	7
Populares	3	1	3
Família da vítima	2	2	3
Polícia	10	4	2
Família do acusado	0	1	0
Cenário do crime	8	5	7
Outros	5	0	1

Esse fato de super exposição dos acusados pode representar o que se chama de prévio julgamento, que tanto a mídia, quanto a sociedade gostam de fazer. O acusado é, normalmente, taxado de assassino ou de ladrão, antes mesmo de ser julgado pela justiça. Já foi dito, que, sociologicamente, este é um hábito embutido na população, mas que não deveria ser estendido às mídias por ser considerado antiético e desumano. Os meios não devem incitar preconceitos e valores distorcidos.

Um fato que, também, coincide com o apurado no *Diário*, é,

que na maioria dos itens coletados, as imagens são menores que as mensagens textuais, respeitando a lógica jornalística de que a imagem serve para complementar o que se está lendo, e não ao contrário. Dessa forma, o jornal, também, acerta quando publica, em julho, 21 imagens menores que a mensagem textual, com 7 consideradas maiores que os textos; já em agosto esse número cai para 4, e conta com 19 imagens menores que o texto; em setembro são 12 fotos menores que o texto e 3 que se mostram maiores.

Dentre as palavras mais citadas nas manchetes a *morte* está em primeiro lugar nos 3 meses pesquisados. Em julho são 51 títulos com 9 menções à morte; em agosto, 53, com 16 menções; e em setembro, 31, com 12 menções. As pessoas devem, realmente, gostar de ler e ver sobre *morte*. Outras palavras, também, muito citadas, são: *preso, agressão, violência, roubo, homicídio, foragido, assassinato, crime, corpos e estupro*. Fica comprovado, então, de uma vez por todas, o valor notícia utilizado nestes casos: a *morte*. A tal da fatalidade vende na *Tribuna*, também.

Aproveitando a temática do *valor notícia* utilizado para a maior parte das notícias, pode-se completar dizendo, que existem mais alguns temas que despertam a curiosidade das pessoas, e que, também, serviram de critérios de noticiabilidade para a veiculação dos itens coletados na *Tribuna*, são eles: o valor notícia *proximidade*, visto que a maior parte das notícias diz respeito à localidade; a *infração*, quando se detecta itens que infringem às leis da justiça e da moralidade; a *quantidade*, quando se privilegia os números e não as problemáticas; o *inusitado*, quando se publica fatos que surpreendem à sociedade; a *notoriedade*, quando se pratica um agendamento em cima de uma celebridade ou algum político; a *novidade*, quando se veicula atos que não haviam sido ainda expostos etc.

De uma maneira geral, na *Tribuna*, também, não ocorreu menção alguma de caráter positivo nos itens apurados. As notícias são tratadas como escândalos; o jornal, também, enfoca o negativismo; não se preocupa em mostrar à sociedade quando um suposto criminoso é preso, etc, ou seja, a notícia é veiculada, no

calor do momento, com informações incompletas e com menções posteriores nulas, assim, é em sua maioria, sensacionalista e perseguidora de números, crueldade e emotividade, como no outro jornal analisado.

Algumas fotos apelam para a emotividade, mostrando imagens de uma família que sofre, como em 6 de julho; outras, mostram famílias angustiadas com a espera da libertação de seus parentes, como em 24 de julho etc. Assim, pode-se reafirmar, que, os atores principais das notícias veiculadas por este jornal, bem como no *Diário*, são aqueles que sofrem, ou seja, os familiares ou vítimas. Dessa maneira, desperta-se, em quem lê, o ímpeto de piedade, a dó e o alívio, por não estar passando por aquilo.

Apenas 7 itens veiculados foram assinados. É mais alto que o *Diário de Natal*, mas ainda é pouco dentro de um universo de 135 publicações. O fato de não se assinar textos, é uma forma de ocultar sua identidade diante de uma notícia mal construída, bem como uma forma de ocultar a origem de alguma informação.

No que diz respeito à assinatura de fotos, a tendência do *Diário*, se estendeu à *Tribuna*, pois a maioria das imagens levou o nome do autor, o que mostra uma certa responsabilidade do jornal em relação à divulgação das imagens; por outro lado, assinar a foto é uma forma de se proteger dos plágios, e, ser copiado, não é algo que o fotógrafo quer.

A boa notícia é que, neste jornal, também, não ficou evidente nenhuma prática que incite o preconceito contra negros, pobres ou homossexuais, grupos, normalmente, vitimados pelo pré-julgamento da sociedade. Mas, o jornalismo praticado por este jornal se mostra carente e problemático por, da mesma forma que o *Diário*, estar a serviço do *status quo*, quando se houve apenas fontes oficiais; por pensar nas vendas em detrimento da informação, falhando nas apurações, nas consultas de fontes e na divulgação de algumas fotos consideradas não-apropriadas para veiculação; por permanecer sem se preocupar com o sensacionalismo na manchete, utilizando palavras de baixo teor ou de caráter mórbido, não acrescentando nada de útil no conhecimento de

mundo das pessoas; por tornar um tema como a morte, algo banalizado no nosso cotidiano, tornando as impressões pessoais de cada um, algo cada vez mais frio e insensível etc.

Com relação ao formato dos textos, a *Tribuna*, também, investe, no tipo *pirâmide invertida*, formato que mantém relação direta com o *lead*; já levando em consideração os tipos de *lead* mais usados, a maior incidência foi em cima do *lead de impacto*.

Ainda foram encontrados textos com o formato *teatralizado*, como em 7 de setembro; textos com o formato de *flash back*, como em 6 de julho; textos com o formato *circular*, como em 11 de setembro; e textos com o formato *mosaico*, como em 5 de julho.

Foram detectados alguns textos com títulos que apresentavam polissemia, como em *Bandidos rendem policiais e levam viatura da DEPROV*, veiculado em 21 de julho, onde *levam* tanto pode ser entendido como *carregar* quanto pode ser entendido como *dirigir*, *fugir no carro*.

Outro fato detectado, também, na *Tribuna*, é a supressão de fonemas, muito utilizada no meio jornalístico, como no exemplo de 29 de agosto: *Brasil tem 8º maior arsenal*. Houve a supressão de fonemas depois da palavra *arsenal* – nesse caso, o termo suprimido foi *do mundo* ou *da América Latina*.

Com relação às figuras de estilo detectadas nos recortes, tem-se como exemplo de metonímia, em *Fiscais agridem ambulantes* (11 de julho); sinédoque, em *Polícia quer coibir crimes em Pipa* (7 de setembro); antonomásia, *Professor é morto com oito facadas* (29 de setembro) etc. A utilização desses recursos é um ponto positivo para o jornal, pois, sabe-se, que as figuras de estilo moldam o texto, deixam-no mais interessante, mais reflexivo e mais atraente, além de contribuir para os processos de cognição e significação, porém esse recurso precisa ser bem utilizado para surtir o efeito desejado.

Durante todos os discursos foi observado que os textos são escritos em 3ª pessoa, o que caracteriza o estilo jornalístico, com exceção da única entrevista recortada, elaborada em 1ª pessoa.

Alguns procedimentos que visam a dramatização e a intensifi-

cação do discurso, também, foram localizados, tais como em *Um ano em defesa da mulher* (8 de agosto), *Desempregado mata o pai e o irmão em disputa por terrenos* (7 de agosto), *Agricultor estupra idosa* (25 de setembro), *Preso o “terror” de Nova Parnamirim* (23 de agosto) etc. Veja abaixo o exemplo de 8 de agosto:



Fonte: *Tribuna do Norte*, em 8 de agosto de 2007.

Com relação aos procedimentos de persuasão, esse recorte acima exemplifica bem seu caráter educativo. Existe o uso de cifras (números) que trataram de validar e tornar verossímil o que foi dito; houve menção e integração de causas e conseqüências dos acontecimentos, o que reforça o que foi explanado; houve construção do texto de maneira emotiva, mas também explicativa; está presente a citação de fontes, que dão credibilidade ao relato; constaram informações de serviços às vítimas, telefones de contato para ajuda, além, de depoimento não só de vítimas, mas de especialistas, políticos; explicação do que seria a Lei em questão etc. Uma reportagem muito bem construída, e, por sinal, assinada, mais um ponto para o jornal.

Esta análise se valeu dos métodos indutivo e dedutivo. Indutivo porque houve casos, que necessitaram de uma compreensão vinda de uma observação de um caso particular para se chegar a

uma conclusão geral, como por exemplo: dizer que não existiu predominância na publicação de matérias educativas, visto que houve apenas 1 menção educativa ao tema, em 8 de agosto, ou seja, foi observado um caso particular, para se chegar a algo geral e lógico. Dedutivo porque se precisou, também, tornar explícitos casos particulares contidos em casos gerais, como nos casos de repetição de matérias (os agendamentos). Afirmou-se que este jornal praticou o agendamento, por ter sido detectado várias menções ao caso *Disson*. Estes casos particulares geraram o todo, a afirmação de que, de fato, existiu o agendamento. Veja o exemplo abaixo:



Exemplo de agendamento da mídia. Fonte: *Tribuna do Norte*, em 21 de julho de 2007.

Por fim, todas as referências, observações e sugestões emitidas para o *Jornal Diário de Natal*, servem, em suas proporções, para a *Tribuna do Norte*. É preciso ler as análises dos dois jornais, em conjunto, para se ter uma maior compreensão da análise como um todo.

Capítulo 5

Conclusão

A partir dos dados coletados, das análises feitas e da bibliografia pesquisada, pôde-se, satisfatoriamente, chegar às conclusões que respondem ao item *Hipóteses e Variáveis* e á pergunta: Como a violência, levando em consideração agressão física, é tratada na mídia impressa de Natal? Porém, antes de tudo, é permitido deixar claro que existem, sim, equívocos nas coberturas da violência no jornal impresso, e estes serão descritos abaixo, bem como os acertos que foram detectados.

As manchetes relacionadas ao tema Violência são sensacionalistas, mas não em grandes proporções. Vejamos o porquê: no jornal *Diário de Natal*, dentre as palavras mais citadas nas manchetes a *morte* está em primeiro lugar nos 3 meses pesquisados. Em julho são 47 títulos com 13 menções à morte; em agosto, 47, com 14 menções; e em setembro, 35, com 16 menções. Na *Tribuna do Norte* a história se repete: em julho são 51 títulos com 9 menções à morte; em agosto, 53, com 16 menções; e em setembro, 31, com 12 menções. Porém, serei justa, a *Tribuna do Norte*, apesar de explorar mais a temática violência, não foca tanto seus títulos na palavra *morte*, dessa forma, este veículo se configura como menos sensacionalista em suas manchetes, que o *Diário*.

Há outro fator que corrobora para a afirmação de sensacionalismo nos títulos dos textos: o valor notícia *quantidade*. A partir

dos dados, pôde-se constatar que, os jornais privilegiam os números. “*ITEP registra oito homicídios no RN*”, “*Briga deixa 25 mortos em cadeia*” e “*Professor é morto com oito facadas*”, são exemplos de títulos que agridem ao jornalismo sério, de qualidade e ético. Não existe sentido em dizer com quantas facadas alguém morreu, porque, acima de tudo, isso é sórdido, já que não há respeito ao indivíduo e sua família, que pode chegar a ler o texto e se sentir ofendida com tanta exposição em relação à crueldade do fato. Segundo Sousa (2004), o título é importante para chamar a atenção do leitor, porém sua produção não deve ser indiscriminada.

Entre os elementos estruturantes do discurso jornalístico impresso, os títulos são aqueles onde mais se pode notar a tensão entre a necessidade de chamar a atenção, “obrigando” a ler, e a necessidade de informar. [...] os jornalistas [...] tomam liberdades expressivas para “salgar” e promover seus enunciados. (Sousa, Jorge Pedro. Introdução à análise do discurso jornalístico impresso. Editora Letras Contemporâneas, 2004, p. 201-202.)

Segundo Wagner Lopes, jornalista do *Tribuna*, antigamente as pessoas queriam mesmo ver sangue no jornal. Hoje em dia isso mudou um pouco, e o jornal precisa se adaptar a essa realidade. Com o passar dos tempos os jornais deixaram de divulgar suicídios, fotos de pessoas dilaceradas e de crianças. O jornalista considera que isso já é um primeiro passo. E o é, de fato.

Para se ter uma boa reputação e se caracterizar como jornalismo útil, é aconselhável, que os jornais tratem de assuntos delicados, como a violência, de forma que se debatam os problemas, as causas e as conseqüências deste fenômeno, e não privilegiar os números como se isso fosse resolver ou esclarecer o evento.

Outro caso já muito debatido é o fato de se registrar, toda terça, para a população, quantas pessoas mortas deram entrada no ITEP no fim de semana. Esse tipo de jornalismo é baseado na exploração do medo, da dor e no valor notícia *morte*. Se não há nada de

interessante para se falar sobre esses casos, que não noticie. Se não se tem uma redação competente para apurar, redigir e ilustrar as matérias, com respeito, ética e profissionalismo, que não as faça. Bombardear a população com números e detalhes insólitos não faz parte de um jornalismo que clama por respeito e credibilidade. O que pode ser feito são matérias especiais acerca da violência urbana, explicando como ela se propagou, o que o Estado tem feito para coibi-la; já, em casos de agressão, quem procurar, qual telefone ligar, o que fazer, como ajudar a combater a violência etc. O que não tem sentido mais é abrir o jornal todo dia e ver lá as “mesmas” notícias do dia anterior, com mudança, apenas, de personagens e intensidade dos atos.

Todos esses exemplos e números evidenciam o fato de estes dois jornais privilegiarem o sensacionalismo nas manchetes com utilização de palavras de caráter mórbido e fazendo uso do valor notícia *quantidade e morte*. Assim, foi, por tabela, constatado que, os jornais não privilegiam a problemática, com exceção de apenas uma reportagem de caráter didático e explicativo, detectada no jornal *Tribuna do Norte*, em 8 de agosto, assinada pela jornalista Mariana Cremonini.

Dando continuidade á análise, o conteúdo das informações veiculadas expõe, vítima e acusado, porém não de forma demasiada como foi suposto. No texto, o que ocorre é carência de informações sobre esses atores, mas, por outro lado, as fotos divulgadas são, em sua maioria, das vítimas e dos acusados, poupando-se, quase sempre, os outros atores da notícia. Algumas fotos são retratadas de forma que os acusados estão machucados e as vítimas estiradas no chão, mortas. Assim, pode-se dizer que, nestes jornais, constam fotografias apelativas e problemáticas, mas não é uma característica corrente dentro desses textos.

Um fato que se mostra presente e constante em ambos os jornais, é a exploração do tema *violência* de maneira exagerada, principalmente no que diz respeito aos assassinatos. Levando em consideração o total de itens coletados em cada veículo analisado, a *Tribuna* sai na frente com 135; já o *Diário*, exibiu 129 itens. Den-

tro deste universo, os *assassinatos* permearam 89 itens na *Tribuna*, quando, no *Diário*, esse índice aumenta: foram 104 referentes ao tema *assassinatos*. Dessa forma, a predominância dos casos de assassinatos nas notícias analisadas, fez com que os jornais, principalmente, o *Diário*, se caracterizassem como veículos, que espetaculizaram a violência e dão maior destaque quando o assunto é assassinato.

Esse fator de exploração da temática *violência* pode desaguar na banalização e comercialização da violência em excesso. Algumas notas e notícias foram rodadas sem ao menos responder ao *lead* básico: *quem? O que? Quando? Onde? Como? Porque? A pergunta é: para quê? Para quê* essas notas foram rodadas? Com que objetivo? Com que intuito? Será que a informação contida nelas era realmente importante? Será que aquele espaço ocupado por uma notícia infundada, incompleta e inútil não poderia ter sido utilizado com outro objetivo? Com uma notícia realmente importante? É uma possibilidade a se pensar.

Seria interessante que esses jornais escolhessem, dentro do universo de 4 ou 5 notícias, 1 que pudesse render mais discurso e escrever acerca da problemática em questão. Uma solução para que o texto não fique chato, cansativo e repetitivo, seria colocar entrevistas de especialistas, vítimas, acusados, governantes etc, para que as opiniões deles pudessem ser contrapostas e analisadas de forma a se perceber qual o discurso de cada um, e como fazer para que a sociedade saia ganhando.

Segundo Mariana Cremonini, da *Tribuna*, o problema começa, exatamente, no excesso de divulgação desse tipo de informação, chegando a ser massacrante. Ela, ainda, diz que o jornalismo policial é importante para a vendagem do jornal. Mais uma vez a questão comercial, que sempre irá tomar a frente de qualquer ideologia dentro de uma empresa.

Mais á frente se pôde ver, que os profissionais do jornalismo não estão sendo éticos, pois insistem em divulgar, diariamente, e incansavelmente, matérias de conteúdo mórbido e que vão de en-

contro aos valores humano-sócio-culturais e aos Códigos de Ética vigentes.

Alguns fatores, também, comprovam, que a linguagem utilizada no corpo das reportagens feitas pelos jornalistas é agressiva. No *Diário*, a palavra *polícia* foi dita em 37 dos 47 itens apurados em agosto. Em setembro o evento foi mais grave: são 31 menções num universo de 35 itens. Já em julho, são 36 menções em 47 itens. A palavra *morte* segue atrás com 35, 28 e 26 menções, nos meses de julho, agosto e setembro, respectivamente.

Na *Tribuna*, a palavra *polícia* foi dita em 42 dos 53 itens apurados em agosto. Em setembro o evento foi mais grave: são 24 menções num universo de 31 itens. Já em julho, são 37 menções em 51 itens. A palavra *morte* segue atrás com 24, 34 e 22 menções, nos meses de julho, agosto e setembro, respectivamente.

Esses dados dão uma pequena ilustração do que foi constatado: as palavras utilizadas pelos jornalistas são repetitivas, são excessivas e reforçam a visão catastrófica que a mídia impõe acerca da violência. Outras palavras, como crime, vítima, prisão, homicídio, balas, corpos, assalto, estupro etc, foram, também, bastante citadas nos dois jornais. Algumas observações precisam ser feitas: exemplos como, *matador* e *degolado* apareceram algumas vezes dentro dos textos, quando se sabe que *matador* significa “alguém que é pago para matar”, o que, não foi comprovado na notícia. Ou seja, a palavra foi utilizada de maneira errônea, mas escolhida por seu caráter impactante e mórbido.

É preciso que estes jornais mudem seus discursos. As notícias, para o serem, de fato, precisam de novos debates, novos ângulos, novos focos, novas vozes. Notícia não é notícia quando se fala a mesma coisa, com as mesmas palavras todos os dias.

Ainda se pôde deduzir, que, é inexistente uma atenção especial nas reportagens com relação às causas daqueles atos de violência. Os jornalistas não procuram explicar nada, apenas expõem os fatos de qualquer maneira, sem aprofundamento algum do que se sucedeu, ou sem informação alguma, realmente, importante. Dessa maneira, é possível afirmar que os itens apenas noticiam

os fatos, não dando a eles o verdadeiro foco que necessitam ou dando importância demais a assuntos que infringem aos valores éticos e morais.

Em um caso de tentativa de estupro a uma criança, porque não levantar esta questão? Porque simplesmente relatar o fato, se se tem um leque de opções e formas de se abordar o tema de maneira interessante e diferente? Faz parte da capacidade do jornalista perceber que aquela notícia pode render mais do que simplesmente ela aparenta, é só uma questão de reflexão.

Um dado importante e de maior incidência, foi o fato de os repórteres não ouvirem todas as fontes que precisam ser ouvidas (oficiais, vítimas ou parentes, acusados ou advogados e especialistas). Os números, drasticamente, apontam para a predominância das fontes oficiais, o que torna o texto imparcial. O evento esteve presente nos dois jornais de maneira intensa, porém o *Diário de Natal* se mostrou mais imparcial com relação a essas coletas de fontes.

... proliferam nos meios de comunicação as posições das fontes “oficiais”, em detrimento das perspectivas de outras fontes. Alguns autores falam [...] na existência de uma hegemonia, uma espécie de unicidade de pontos de vista e valores sobre o mundo, transmitida pelos meios de comunicação, que favorece o consenso e o consentimento. (Sousa, Jorge Pedro. Introdução à análise do discurso jornalístico impresso. Editora Letras Contemporâneas, 2004, p. 22.)

Não é ético construir um texto todo baseado na voz e na análise do fato, apenas, por um lado da história. Este tipo de texto não é jornalístico e sim, literário, baseado nas percepções, unicamente, de quem escreve. Os jornais precisam entrevistar mais de uma fonte, de preferência, os principais lados envolvidos na história, caso contrário, continuará sendo imparcial.

As notícias relacionadas à violência, que são de natureza pedagógica, explicativa ou reflexiva são quase inexistentes. Esse

item surpreendeu não pela sua expressividade, pelo contrário, mas pela sua quase total ausência. Houve apenas 1 divulgação de reportagem (*Tribuna*, 8 de agosto) que se enquadrasse nesse parâmetro, o que é triste. Os jornais em questão se preocupam muito com a violência, pois querem, todo dia, contar quem morreu e sob que forma horrenda isso ocorreu, mas a problemática em torno disso é deixada de lado, o que pode demonstrar que as empresas jornalísticas não dispõem de profissionais capazes de escrever textos que sirvam para alguma coisa e que ensinem algo à população. Por outro lado, pode-se pensar que são as próprias empresas que não estimulam os jornalistas a fazerem um texto completo, bem elaborado.

Um fator positivo presente dentro dos textos, é que os problemas de violência locais ou nacionais mais relevantes recebem uma divulgação preferencial. Está mais do que certo, o que não impede de se narrar algo que ocorreu do outro lado do mundo, desde que aquela notícia que se passa no exterior, seja, igualmente, relevante. O ponto negativo é que todas as notícias coletadas e que faziam menção à violência no exterior, se tratavam de itens retirados de agência de notícias, ou seja, não foram obras dos próprios jornalistas locais. Estes, apenas copiaram e colaram as informações das agências, sem apuração ou certificação alguma.

Outra constatação importante foi o fato de que o teor das informações analisadas foi sempre negativo. Claro que se pode construir textos sobre violência que possuam o caráter positivo, como, por exemplo, dizer que pessoas foram mortas em um tiroteio, mas, que outras tantas foram salvas. Dizer que um assaltante violento foi preso em ação e que sua vítima saiu ileso. Dizer que foram criadas instituições de apoio à mulher em casos de violência. Divulgar, dentro dos textos, números de delegacias e número de assistência à criança. Explicar acerca das leis que beneficiam vítimas deste ou daquele tipo de violência etc. O que se vê, geralmente, são as piores informações sendo ditas, e a omissão dos fatores positivos, isso porque, na maioria das vezes, as notícias foram tratadas como escândalo. Mostra-se número de mortos,

número de presos, número de facadas, números de vítimas espancadas, números de fuga, números de fugitivos etc. O escândalo voltado para o horror é muito mais noticiado do que os atos de passividade, de vida e de sobrevivência.

Dentro dos textos coletados são identificáveis alguns critérios de noticiabilidade, que correspondem às teorias das notícias, tais como: proximidade, curiosidade, morte, infração, quantidade, inusitado, notoriedade etc. Porém valores notícia considerados mais sérios e relevantes não foram detectados, tais como: importância científica, relevância, interesse humano, magnitude etc.

Nos dois jornais, as fotografias não mostraram direcionamento proposital e mal intencionado em exibir mais a figura do negro e do pobre, do que do branco e do rico. Estes jornais não veicularam nenhum texto ou figura que incite o preconceito racial ou de classes. Porém, é possível afirmar que a imagem que o jornalismo impresso está construindo sobre a violência é problemática e preconceituosa, pois expõe vítimas e acusados, ao passo que resguardam a imagem da polícia, sempre vista de maneira digna, quando aqueles são expostos, humilhados e veiculados sem nenhum cuidado com a exposição de suas imagens.

Para complementar, é possível dizer, ainda, que a predominância das fontes oficiais mostra um total enquadramento para o que é dito por estas fontes, sem que haja uma consideração maior em relação ao que os outros envolvidos têm a dizer. Dessa forma, os interesses de quem fala, no texto, são expostos; os de quem é calado, são omitidos, e assim, a sociedade passa a ouvir apenas um único discurso: o do poder.

Com relação aos agendamentos, os mais presentes foram o *caso Disson* e o *caso Ubarana*, que envolveram personagens ricos e conhecidos no meio local. Tais fatores podem ter sido decisivos para que, possivelmente, houvesse tamanha atenção para estes fatos e intensa cobrança da mídia, tanto para que os assassinos de *Ubarana* fossem julgados, quanto para que *Disson* provasse sua inocência. Nesses casos, um fato interessante poderia ter sido levantando: a justiça é igual para todos?

Mencionando apenas uma última observação sobre as imagens, foi possível concluir, que as fotos, de uma maneira geral, fazem seu papel de reforçar o que é dito no texto, pois a maior parte delas, são menores que a mensagem textual. Isto significa que os jornalistas estão se dando mais ao trabalho de escrever e não de colocar fotos e, ao lado, escrever duas ou três linhas complementando o que está exibido na imagem. Lembrando que aqui está se falando de jornalismo e, não, de fotojornalismo.

Uma notícia ruim é que 96% dos itens não foram assinados, o que gera a interpretação de que os jornais não tiveram interesse em responsabilizar nenhum de seus jornalistas pelos textos que são publicadas. De acordo com Sousa (2004), “a abdicação da assinatura nos textos também pode ser uma forma de ocultar a origem de alguma informação, que pode ter sido externa, mesmo quando sujeita a reescrita”. O jornalista profissional, ético e comprometido com o que ele se propôs a fazer desde lá de dentro da Universidade, assina seus textos por motivos óbvios, pois foi ele quem escreveu. Aliás, todo texto veiculado foi escrito por alguém, mas cadê os nomes? Vamos escrever os nomes!

Segundo Wagner Lopes, da *Tribuna*, mesmo o texto não assinado, possui responsáveis: os editores e o diretor do jornal. Mas a pergunta é: foram eles quem escreveram? Quem escreveu? Todo trabalho deve ser assinado. Tanto o jornalista Wagner Lopes, quanto a jornalista Ana Paula, do *Diário*, quanto a jornalista Mariana Cremonini, da *Tribuna*, afirmam que os textos não assinados são aqueles menos trabalhados e mais curtos, isso porque os jornalistas são sobrecarregados e não se dedicam corretamente a cada texto produzido. Quer dizer que 96% dos textos não são feitos com dedicação? Isso é um absurdo.

Uma boa notícia é que, como já era de se esperar, a linguagem coloquial permeou todos os itens, o que faz com que a produção da informação jornalística esteja acessível aos diferentes públicos, bastando melhorar, agora, os enquadramentos e a forma como as notícias são tratadas.

Algumas sugestões podem ser levadas em consideração: agen-

damentos como o caso *Disson*, poderiam ter servido para levantar temas como a corrupção; já o caso *Ubarana*, poderia alavancar idéias acerca de que a justiça funciona, é competente e está a serviço da população, e nesse caso, levantar algumas perguntas como: se os envolvidos pertencessem á classes mais baixas, a justiça teria agido com a competência e dedicação que forneceu nesse caso? Daria um bom debate. No caso da *Feira do Carrasco*, poderia ter vindo á tona a aplicação da *Lei Maria da Penha*. No caso do estupro de uma idosa, poderia ter sido debatido temas como o respeito a *Lei do Idoso*, aos valores familiares, a questão do uso de drogas, levando em consideração que o acusado estava drogado etc. Nos casos de espancamento, mutilação de mulheres, queima dos rosto de uma menina e estupro de crianças, poderia ter sido veiculado textos que elucidam a temas importantes e que fazem referência a instituições de apoio às famílias, leis de proteção à criança e o adolescente, debates sobre as causas da violência contra os jovens, o que fazer para denunciar uma criança que é vítima de maus tratos, que proteção procurar caso o próprio leitor seja a vítima etc. Seria tão mais emocionante e gratificante informar ajudando!

É interessante, sim, para o jornal, deixar de lado o *lead* duro e incoseqüente, e passar a produzir matérias mais consistentes, principalmente, quando se trata de problemas que atingem a população de maneira direta. O meio de comunicação, por ter espaço garantido e visibilidade, deve se valer disto para colocar em pauta tudo que está em desacordo com o proposto pelo Sistema, mas, que, descaradamente, não é respeitado, deixando a sociedade com uma sensação de abandono e sem apoio. O meio deve se unir ao povo, e não ficar contra ele.

É isso que propõe um jornalismo sério, ético, de respeito e de referência, caso contrário, continuaremos a ser taxados como jornalistas de província, imparciais, incompetentes, sensacionalistas e que não possuem (ou não expressam) senso crítico e responsabilidade ao que se propôs ainda dentro das salas de aula da Universidade.

Capítulo 6

Referências

- ADORNO, Theodor W. et al. *Teoria da cultura de massa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- _____. “Indústria cultural”. In COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo, Nacional/ Edusp, 1971.
- ADORNO, S. *Violência, ficção e realidade*. In: Sujeito, O Lado Oculto do Receptor (M.W. Souza, org.), pp. 181-188, São Paulo: Brasiliense, 1995.
- ARBEX JR, José. *Showrnlismo, a notícia como espetáculo*. São Paulo: Casa Amarela, 2001.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2004.
- BENJAMIN, W. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In: LIMA, L. C. *Teoria da Cultura de Massa*. 4 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- BLASQUEZ, Niceto. *Ética y Medios de Comunicacion*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1994.

- BOGDAN, Robert e BKLEN, Sari. *Investigação Qualitativa em educação*. Porto Editora, 1994.
- BORDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CALDEIRA, Tereza P. do Rio. *Cidade de muros*. Crime, segregação e cidadania em São Paulo. São Paulo, Ed. 34/Edusp, 2000.
- CERVO, A. L. e BERVIAN, P. A. *Metodologia Científica*. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- Código de Ética do Jornalismo*, 1985, no site www.sindjornalistaspb.org, acessado em 21/06/2007.
- Código de Ética da Sociedade dos Jornalistas Profissionais*, 1996, no site www.sindjornalistaspb.org, acessado em 21/06/2007.
- COIMBRA, Oswaldo. *O Texto da Reportagem Impressa*. São Paulo: Ática, 1993.
- COLSON, J. B. *Images that heal*. In LESTER, P. (Ed.) (1995) - *Images that Injure*. Pictorial Stereotypes in the Media. Westport: Praeger, 1995.
- DINES, Alberto. *Sensacionalismo na imprensa*. Comunicações & Artes. São Paulo: ECA/USP, 1971.
- FERNANDES, Anchieta; SOUZA, Carlos de. *Suplemento Nós do RN*. Natal: editora A República, 2006.
- FERRÉS, Joan. *Televisão subliminar*. Socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Minidicionário da Língua Portuguesa*. 3 ed. rev. e atual. 8 imp. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

- FREIRE, Costa. J. “*O medo social*”. *Veja* 25 anos: reflexões para o futuro. São Paulo, Abril, 1993, p.83-89.
- FREITAG, Barbara. *A teoria crítica: ontem e hoje*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.
- GOLDING e ELLIOT apud Wolf. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.
- GOMES, Pedro. *Comunicação social, filosofia, ética, política*. São Leopoldo:Ed. UNISINOS, 1997.
- KOSOVSKI, Ester. *Ética, imprensa e responsabilidade social*. In: KOSOVSKI, Ester (org.) *Ética na comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*, editora Ática, série princípios, 2006.
- _____. *Estrutura da Notícia*, editora Ática, série princípios, 2005.
- LESTER, P. M. *Photojournalism. An Ethical Approach*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- LIMA, Maria Érica de Oliveira. *Uma (re) leitura da indústria cultural no Brasil: exemplo do forró*, 2007.
- LOPES, A. C. *Violência contra mulheres na mídia impressa*. In: *Violência, Gênero e Crime no Distrito Federal* (M. Suárez & L. Bandeira, org.), pp. 121-143, Brasília: Paralelo 15/Editora Universidade de Brasília, 1999.
- LUDKE, M., ANDRÉ, M.E.D.A. *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: EPU, 1986.

- MACKAY, Charles. *Ilusões populares e a loucura das massas*. Editora Ediouro, 2001.
- MARCONDES FILHO, Ciro. *O capital da notícia*. São paulo: Ática, 1985.
- MARCUSE, Herbert. *Algumas Implicações Sociais da Tecnologia Moderna*. In: *Tecnologia, Guerra e Fascismo*, Editora Unesp, 1998.
- MEDINA, Cremilda de Araújo & LEANDRO, Paulo Roberto. *A arte de tecer o presente*. São Paulo:Média, 1973.
- MICHAUD, Y. *La Violence*. Paris: Presses Universitaires de France, 1986.
- MILLS, C. Wright. *A sociedade de massas*. In: FORACCHI, Marialice Mencarini, MARTINS, José de Souza (Orgs.). *Sociologia e sociedade: leituras de introdução à sociologia*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1977.
- MONTERO, M. D. *La información periodística u su influencia social*. Barcelona: Labor/Universitat Autònoma de Barcelona, 1993.
- MONTORO, T. *Notícias de violência: Uma leitura*. In: *Violência, Gênero e Crime no Distrito Federal* (M. Suárez & L. Bandeira, org.), pp. 105-120, Brasília: Paralelo 15/Editora Universidade de Brasília, 1999.
- ORTEGA Y GASSET, José. *A Rebelião das Massas*. São Paulo: M.Fontes, 1987.
- PEDROSO, Rosa Nívea. *A Construção do Discurso de Sedução em um Jornal Sensacionalista*. São Paulo: Annablume, 2001.

- PUCCI, Bruno. *"Teoria crítica e educação"*. In: Teoria crítica e educação: A questão da formação cultural na Escola de Frankfurt. Petrópolis: Vozes; São Carlos: Edufiscar, 1994.
- RAMALHO, José. *Mundo do crime*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- RAMOS, Ana Maria Cocentino. *38 anos de um jornal de província*. Natal: (datilografado), 1977.
- RONDELLI, E. *Imagens da violência: Práticas discursivas*. Tempo Social: Revista de Sociologia da USP, 10:145-157, 1998.
- _____. MESSEDER, C. A. (Org.) ; HERSCHMANN, M. (Org.) ; SCHOLLHAMMER, K. E. (Org.) . *Linguagens da Violência*. 1a. ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.
- RORTY, R. *Contingency, Irony and Solidarity*. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.
- SEXSON, L. *Looking beyond the picture frame*. Living a reservation culture. Remythologizing and transforming the images of our time. In DOTY, W. G. *Picturing Cultural Values in Postmodern America*. Tuscalosa: The University of Alabama Press, 1995.
- SODRÉ, Muniz e FERRARI, Maria Helena. *Técnica de reportagem – Notas sobre a narrativa jornalística*. São Paulo: Summus, 1986.
- SOUSA, Jorge Pedro. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Argos editora, 2002.
- _____. *Introdução à análise do discurso jornalístico impresso*. Editora Letras Contemporâneas, 2004.
- SOUZA, Itamar de. *Diário de Natal: O nascimento de um jornal livre*. Natal: Diário de Natal, 1999.

- THEODOR, W. Adorno. *Industria Cultural*. Buenos Aires: Galerna, 1967
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo. Unisinos, 2001.
- WEBER, M. “A Ciência como Vocação” in *O Político e o Cientista*. Lisboa/Rio de Janeiro: Presença/Martins Fontes, 1984.
- WILENSKY. “Indústria cultural”. In COHN, Gabriel. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo, Nacional/ Edusp, 1977.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999.
- WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- ZALUAR, A. *Violência e crime*. In: *O Que Ler na Ciência Social Brasileira, v.1 – Antropologia*. São Paulo: Editora Sumaré/Associação Brasileira de Pós-Graduação em Ciências Sociais, 1999.

Capítulo 7

Apêndices

Apêndice 1: Roteiro de entrevista com os diretores dos jornais

1. Diante do que lhe foi passado, como você vê seu veículo em meio às conclusões obtidas?
2. Como você caracteriza a postura do seu jornal com relação ao tema pesquisado?
3. Com relação às sugestões, elas são possíveis de serem aplicadas ou esbarram em algum motivo maior?
4. Qual o comportamento da diretoria do jornal com relação à possibilidade de seus repórteres pedirem mais liberdade para a construção das matérias?

Apêndice 2: Roteiro de entrevista com os repórteres dos jornais

1. Diante do que lhe foi passado, o que, de fato, ocorre para que a apuração dos envolvidos seja tão falha?
2. Você prefere que as produções com relação à violência permaneçam, em sua maioria, do jeito que está, ou acharia

mais interessante fazer outro tipo de jornalismo, como sugerido na análise?

3. Quais os fatores que impedem que o jornalista faça um trabalho mais completo e com sua assinatura?

Apêndice 3: Ficha utilizada para protocolação de dados

Dados de Identificação do Projeto

Jornal Impresso:

Data:

1. Gêneros: Notícia Crônica Reportagem Entrevista Editorial Opinião Nota outro
2. Presença de: Desenhos Infográficos Fotografias Box
3. As mensagens exibem quais tipos de violência corporal? assassinato/homicídio latrocínio luta corporal estupro espancamento seqüestro com agressão física outros
4. Consulta de fontes: oficiais vítimas acusados advogados especialistas
5. Lugar dos atos de Violência: Local Nacional Internacional
Se local: Zona Norte Zona Sul Zona Leste Zona Oeste Bairro: _____
6. Nível sócio-econômico de onde ocorreu a Violência: Baixo Médio Alto

7. Sujeitos envolvidos nos crimes:

Vítimas: () menor de 0 a 3 anos () menor de 3 a 10 anos
() adolescente (de 10 a 18 anos) () jovem (de 19 a 24 anos)
() adulto (de 25 a 49 anos) () 50 anos ou mais

SEXO: _____

Acusados: () menor de 0 a 3 anos () menor de 3 a 10 anos
() adolescente (de 10 a 18 anos) () jovem (de 19 a 24 anos)
() adulto (de 25 a 49 anos) () 50 anos ou mais

SEXO: _____

8. O tempo mencionado está no: Passado () Presente () Futuro ()

9. Linguagem utilizada: () Acessível ao público em geral () Não acessível ao público em geral devido: () Linguagem confusa () Uso de terminologia especializada

10. Tema: inédito () não inédito ()

11. Presença de palavras-chave: () polícia () vítima () morte/morto () assalto/roubo () crime () delegado () assassino/assassinato () delegacia de polícia () homicídio () latrocínio () degolado () esquartejado () estupro () bandido () drogas () revólver () advogado () corpo () violência () matador () balas/tiro/disparo () traficante () fugitivo () prisão () apreensão () crime organizado () linchamento () massacre () espancamento () seqüestro

12. Imagens mostradas nas fotos: () vítima () acusado () polícia () populares () família da vítima () família do acusado () cenário da violência () outros: _____

13. Tamanho das fotos: () menores que a mensagem textual () maiores que a mensagem textual

14. Palavra-chave do título da matéria: _____

Apêndice 4: Dados do Instituto Verificador de Circulação referentes à média mensal de circulação líquida paga, por edição do jornal *Diário de Natal*.

IVC INSTITUTO VERIFICADOR DE CIRCULAÇÃO	INFORMAÇÃO JURADA DO EDITOR		N. DE ORDEM	PERÍODO DE REFERÊNCIA	ENTREGUE AO IVC				
	PUBLICAÇÃO		56.325	JUNHO/07	CENTRO DO PRAZO				
DIÁRIO DE NATAL			CIDADE SEDE	PERIODICIDADE	CIRCULAÇÃO				
			NATAL	DIÁRIA	PAGA				
1. MÉDIAS MENSIS DE CIRCULAÇÃO LÍQUIDA PAGA, POR EDIÇÃO			DOMINGO:		DIAS ÚTEIS:				
					6.133				
1.1. RESUMO DO MOVIMENTO									
		Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Dias Úteis
CIDADE SEDE	Venda Avulsa	-	-	1.165	1.138	1.192	1.195	1.223	1.183
	Assinaturas	-	-	2.841	2.841	2.841	3.073	4.337	3.186
	Total	-	-	4.006	3.979	4.033	4.268	5.560	4.369
ZONAS ADJACENTES	Venda Avulsa	-	-	40	36	42	35	49	40
	Assinaturas	-	-	181	181	181	201	348	219
	Total	-	-	221	217	223	236	397	259
TOTAL REGIÃO METROPOLITANA		-	-	4.227	4.196	4.256	4.504	5.957	4.628
INTERIOR DO ESTADO	Venda Avulsa	-	-	238	214	229	214	232	225
	Assinaturas	-	-	1.095	1.095	1.095	1.262	1.828	1.275
	Total	-	-	1.333	1.309	1.324	1.476	2.060	1.500
TOTAL DO ESTADO		-	-	5.560	5.505	5.580	5.980	8.017	6.128
INTERIOR DO PAÍS	Venda Avulsa	-	-	-	-	-	-	-	-
	Assinaturas	-	-	5	5	5	5	5	5
	Total	-	-	5	5	5	5	5	5
TOTAL BRASILEIRO		-	-	5.565	5.510	5.585	5.985	8.022	6.133
EXTERIOR	Venda Avulsa	-	-	-	-	-	-	-	-
	Assinaturas	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALS	VENDA AVULSA ASSINATURAS	-	-	1.443	1.389	1.483	1.444	1.504	1.448
	Total	-	-	4.122	4.122	4.122	4.541	6.518	4.665
Taxa de Circulação		-	-	5.565	5.510	5.585	5.985	8.022	6.133
EDIÇÃO DIGITAL	Brasil	-	-	-	-	-	-	-	-
	Exterior	-	-	-	-	-	-	-	-
Total de Circulação: Impressa + Digital		-	-	5.565	5.510	5.585	5.985	8.022	6.133
MÊS ANTERIOR: impressa + Digital		-	-	5.187	5.020	5.242	5.549	7.668	5.753
Obs: Tábua digital não se somam às impressas e a edição de publicação impressa que foi distribuída eletronicamente como uma unidade.									
1.2. ZONAS DA CIDADE SEDE (impressa)									
		Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Dias Úteis
	Venda Avulsa	-	-	747	735	769	774	796	764
	Assinaturas	-	-	2.841	2.841	2.841	3.073	4.337	3.187
	Total	-	-	3.588	3.576	3.610	3.847	5.133	3.951
	Venda Avulsa	-	-	-	-	-	-	-	-
	Assinaturas	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-	-
	Venda Avulsa	-	-	-	-	-	-	-	-
	Assinaturas	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-	-
	Venda Avulsa	-	-	-	-	-	-	-	-
	Assinaturas	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-	-
SUB-TOTAL VENDEDORES EXTRAS		-	-	3.588	3.576	3.610	3.847	5.133	3.951
VENDAS POR ATACADO		-	-	418	403	423	421	427	418
TOTAL		-	-	4.006	3.979	4.033	4.268	5.560	4.369
1.3. ZONAS ADJACENTES (impressa)									
		Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Dias Úteis
Parnaramim		-	-	32	32	36	32	205	117
Cuará-Mirim		-	-	31	28	29	32	42	32
São José de Mipibu		-	-	22	21	21	23	33	25
Goianinha		-	-	20	21	21	23	35	24
Macabá		-	-	20	20	21	21	29	22
São Gonçalo do Amarante		-	-	18	17	18	17	29	20
Canguanelama		-	-	18	18	17	18	24	19
TOTAL		-	-	221	217	223	236	397	259

2. MÉDIAS MENSAIS DE CIRCULAÇÃO LÍQUIDA PAGA, POR EDIÇÃO (Edição Impressa)

REGIÕES	ESTADOS	DOMINGO		SEGUNDA-FEIRA		TERÇA-FEIRA/SÁBADO		Assinaturas
		Capital	Interior	Capital	Interior	Capital	Interior	
NORTE	Acre	-	-	-	-	-	-	-
	Amapá	-	-	-	-	-	-	-
	Amazonas	-	-	-	-	-	-	-
	Pará	-	-	-	-	-	-	-
	Rorônia	-	-	-	-	-	-	-
	Roraima	-	-	-	-	-	-	-
	Tocantins	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-
NORDESTE	Alagoas	-	-	-	-	-	-	-
	Bahia	-	-	-	-	-	-	-
	Ceará	-	-	-	-	-	-	-
	Maranhão	-	-	-	-	-	-	-
	Pernambuco	-	-	-	-	-	-	2
	Piauí	-	-	-	-	1.183	266	4.680
	Rio Grande do Norte	-	-	-	-	-	-	-
	Sergipe	-	-	-	-	1.183	266	4.682
	Total	-	-	-	-	-	-	-
SUDESTE	Espírito Santo	-	-	-	-	-	-	-
	Minas Gerais	-	-	-	-	-	-	-
	Rio de Janeiro	-	-	-	-	-	-	3
	São Paulo	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-
SUL	Paraná	-	-	-	-	-	-	-
	Santa Catarina	-	-	-	-	-	-	-
	Rio Grande do Sul	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-
CENTRO-OESTE	Distrito Federal	-	-	-	-	-	-	-
	Goiás	-	-	-	-	-	-	-
	Mato Grosso	-	-	-	-	-	-	-
	Mato Grosso do Sul	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-
TOTALS	BRASIL	-	-	-	-	1.183	266	4.685
	EXTERIOR	-	-	-	-	-	-	-
	GERAL	-	-	-	-	1.183	266	4.685

3. MÉDIAS MENSAIS DE TIRAGEM, POR EDIÇÃO (Edição Impressa)

RESUMO DO MOVIMENTO	Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
CIRCULAÇÃO PAGA	-	-	5.585	5.510	5.585	5.995	8.022
CIRCULAÇÃO GRÁTIS	-	-	412	411	412	432	512
ENCALHE SEDE	-	-	860	816	789	812	822
ENCALHE INTERIOR	-	-	190	214	190	215	213
EXEMPLARES NÃO DISTRIBUÍDOS	-	-	101	101	101	101	81
EXEMPLARES INUTILIZADOS	-	-	348	298	345	289	304
TOTAL GERAL DA TIRAGEM	-	-	7.489	7.350	7.322	7.834	8.954
MÊS ANTERIOR	-	-	7.439	7.168	7.191	7.688	9.910

Condição de revestimento de encad.: Sem Limitação.
 Promoção de venda no período: Diário de Natal + Revista (Época ou Queri).

Taboia de Preço:	Dias Úteis	Assinaturas:	Anual
Cidade Sede:	R\$ 1,50	Normal 12 x	R\$ 32,00
		Extensoiva 12 x	R\$ 19,50
		F Sem. 5x, 12 x	R\$ 17,75
		Fim de Sem. 12	R\$ 13,00

Editora: Editora O Diário S/A
 Endereço: Avenida Desidério da Fonseca 245 - Natal-RN
 Data 1ª edição: Setembro de 1939
 Natureza da Publicação: Matutino
 website: www.dnline.com.br
 Departamento de Circulação
 (x) Sergio Leal Em 16/7/2007

*Aviso Importante: As informações contidas nestes relatórios pertencem ao IVC e são de uso exclusivo deste Instituto e das empresas filiadas a ele. Em decorrência, é expressamente proibido qualquer processo de cópia, reprodução, uso, divulgação ou distribuição do conteúdo destes relatórios, sob pena de responder civil e criminalmente pelas consequências do ato.

Apêndice 5: Dados do Instituto Verificador de Circulação referentes à média mensal de circulação líquida paga, por edição do jornal *Tribuna do Norte*.

 INFORMAÇÃO JURADA DO EDITOR		N.º DE ORDEM	PERÍODO DE REFERÊNCIA	ENTREGUE AO FIC				
PUBLICAÇÃO		86.292	JUNHO/07	DENTRO DO PRAZO				
TRIBUNA DO NORTE		CIDADE SEDE	PERIODICIDADE	CIRCULAÇÃO				
		NATAL	DIÁRIA	PAGA				
1. MÉDIAS MENSAIS DE CIRCULAÇÃO LÍQUIDA PAGA, POR EDIÇÃO		DOMINGO: 13.741		DIAS ÚTEIS: 7.692				
1.1. RESUMO DO MOVIMENTO								
	Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Dias Úteis
CIDADE SEDE	6.162	--	2.734	2.719	2.680	2.595	2.813	2.708
Venda Avulsa	5.754	--	3.545	3.547	3.543	3.548	5.803	3.997
Assinaturas	11.916	--	6.279	6.266	6.223	6.143	8.616	6.705
Total	371	--	327	100	113	106	131	115
ZONAS ADJACENTES	411	--	195	195	195	195	415	239
Venda Avulsa	371	--	327	100	113	106	131	115
Assinaturas	782	--	322	295	308	301	546	354
Total	12.698	--	6.801	6.561	6.531	6.444	9.162	7.560
TOTAL REGIÃO METROPOLITANA	317	--	88	83	91	96	100	93
INTERIOR DO ESTADO	717	--	482	482	482	482	722	530
Venda Avulsa	1.034	--	570	565	573	578	830	623
Assinaturas	13.732	--	7.171	7.126	7.104	7.022	9.962	7.883
Total	--	--	--	--	--	--	--	--
INTERIOR DO PAÍS	9	--	9	9	9	9	9	9
Venda Avulsa	9	--	9	9	9	9	9	9
Assinaturas	13.741	--	7.180	7.135	7.113	7.031	10.001	7.892
Total	--	--	--	--	--	--	--	--
EXTERIOR	--	--	--	--	--	--	--	--
Venda Avulsa	--	--	--	--	--	--	--	--
Assinaturas	--	--	--	--	--	--	--	--
Total	6.850	--	2.949	2.907	2.884	2.797	3.032	2.917
TOTAIS VENDA AVULSA	6.897	--	4.231	4.232	4.229	4.234	6.949	4.775
ASSINATURAS	13.741	--	7.180	7.135	7.113	7.031	10.001	7.892
Total da Circulação	--	--	--	--	--	--	--	--
EDIÇÃO DIGITAL	--	--	--	--	--	--	--	--
Brasil	--	--	--	--	--	--	--	--
Exterior	--	--	--	--	--	--	--	--
Total da Circulação: Impressa + Digital	13.741	--	7.180	7.135	7.113	7.031	10.001	7.892
MÊS ANTERIOR: Impressa + Digital	13.223	--	7.294	6.562	6.665	6.884	9.503	7.400
<small>Obs: Edição digital não se exclui dos totais e o tipo de publicação impressa que foi distribuída eletronicamente como uma unidade.</small>								
1.2. ZONAS DA CIDADE SEDE (Impressa)								
	Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Dias Úteis
Venda Avulsa	5.041	--	2.146	2.148	2.139	2.164	2.206	2.187
Assinaturas	5.180	--	3.001	3.003	3.034	3.039	5.259	3.487
Total	10.221	--	5.147	5.151	5.173	5.203	7.595	5.654
Venda Avulsa	--	--	--	--	--	--	--	--
Assinaturas	--	--	--	--	--	--	--	--
Total	--	--	--	--	--	--	--	--
Venda Avulsa	--	--	--	--	--	--	--	--
Assinaturas	--	--	--	--	--	--	--	--
Total	--	--	--	--	--	--	--	--
Venda Avulsa	--	--	--	--	--	--	--	--
Assinaturas	--	--	--	--	--	--	--	--
Total	--	--	--	--	--	--	--	--
Venda Avulsa	--	--	--	--	--	--	--	--
Assinaturas	--	--	--	--	--	--	--	--
Total	--	--	--	--	--	--	--	--
SUB-TOTAL	10.221	--	5.147	5.151	5.173	5.203	7.595	5.654
VENDEDORES EXTRAS	1.121	--	588	571	541	431	477	521
VENDAS POR ATACADO	574	--	544	544	509	509	544	530
TOTAL	11.916	--	6.279	6.266	6.223	6.143	8.616	6.705
1.3. ZONAS ADJACENTES (Impressa)								
	Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado	Dias Úteis
Panamirim	562	--	221	208	205	206	387	245
Macaíba	79	--	37	34	37	38	65	42
Colinas	25	--	19	18	27	18	16	20
São José de Mipibu	48	--	21	15	18	16	30	20
Ceará-Mirim	46	--	17	14	15	16	34	19
Canguaretama	19	--	6	6	6	7	13	8
São Gonçalo do Amarante	3	--	1	--	--	--	1	--
TOTAL	782	--	322	295	308	301	546	354

2. MÉDIAS MENSAS DE CIRCULAÇÃO LÍQUIDA PAGA, POR EDIÇÃO (Edição Impressa)

REGIÕES	ESTADOS	DOMINGO		SEGUNDA-FEIRA		TERÇA-FEIRA/SÁBADO		
		Capital	Interior	Capital	Interior	Capital	Interior	Assinaturas
NORTE	Acre	-	-	-	-	-	-	-
	Amapá	-	-	-	-	-	-	-
	Amazonas	-	-	-	-	-	-	-
	Piauí	-	-	-	-	-	-	-
	Roraima	-	-	-	-	-	-	-
	Roraima	-	-	-	-	-	-	-
	Total	-	-	-	-	-	-	-
NORDESTE	Alagoas	-	-	-	-	-	-	-
	Bahia	-	-	-	-	-	-	-
	Ceará	-	-	-	-	-	-	1
	Maranhão	-	-	-	-	-	-	1
	Pernambuco	-	-	-	-	-	-	1
	Piauí	-	-	-	-	-	-	-
	Rio Grande do Norte	6.162	688	-	-	2.708	209	5.119
	Total	6.162	688	-	-	2.708	209	5.121
SUDESTE	Espírito Santo	-	-	-	-	-	-	-
	Minas Gerais	-	-	-	-	-	-	-
	Rio de Janeiro	-	-	-	-	-	-	-
	São Paulo	-	-	-	-	-	-	6
Total	-	-	-	-	-	-	6	
SUL	Paraná	-	-	-	-	-	-	-
	Santa Catarina	-	-	-	-	-	-	-
	Rio Grande do Sul	-	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	-	-	-	-	-	
CENTRO-OESTE	Distrito Federal	-	-	-	-	-	-	1
	Goiás	-	-	-	-	-	-	-
	Mato Grosso	-	-	-	-	-	-	-
	Mato Grosso do Sul	-	-	-	-	-	-	1
Total	-	-	-	-	-	-	1	
TOTAIS	BRASIL	6.162	688	-	-	2.708	209	5.121
	EXTERIOR	-	-	-	-	-	-	-
	GLOBAL	6.162	688	-	-	2.708	209	5.121

3. MÉDIAS MENSAS DE TIRAGEM, POR EDIÇÃO (Edição Impressa)

RESUMO DO MOVIMENTO	Domingo	Segunda-feira	Terça-feira	Quarta-feira	Quinta-feira	Sexta-feira	Sábado
CIRCULAÇÃO PAGA	53.741	-	7.180	7.130	7.113	7.031	10.801
CIRCULAÇÃO GRÁTIS	863	-	779	856	833	848	1.008
ENCALHE SEDE	1.688	-	1.378	1.186	1.300	1.188	1.080
ENCALHE INTERIOR	336	-	203	214	207	206	221
EXEMPLARES NÃO DISTRIBUÍDOS	122	-	122	122	122	122	122
EXEMPLARES UTILIZADOS	313	-	291	263	250	231	260
TOTAL GERAL DA TIRAGEM	57.041	-	8.643	8.775	8.629	8.698	12.292
MES ANTERIOR	50.738	-	10.222	9.763	9.537	9.750	12.816

Condição de levantamento de encalhe: sem circulação.
 Promoção de venda no período: Tribuna + OVE - Matrizes Brasília e Tribuna + OVO de Foz.

Tabela de Preços	Das 06h	Domingo	Assinaturas	Mensal
Coluna Sete	R\$ 1,30	R\$ 1,30		R\$ 38,30
			Tar. e Sab.	R\$ 34,30
			Ter. e Sexta	R\$ 19,30
			Sáb. e Dom.	R\$ 11,30

Editora: Empresa Jornalística Tribuna de Norte Leste
 Endereço: Avenida Tancredo de Lencastre, 100 - Natal RN
 Data 1ª edição: 24 de Março de 2010
 Telefone de Publicação: 3362-1111
 website: www.tribunadn.com.br

Departamento de Circulação
 Sérgio Paderni
 Em: 16/12/07

*Tudo referente às informações contidas neste relatório pertencente ao ITC e não de uso exclusivo deste Instituto e das empresas filiadas a ele. Em decorrência, é expressamente proibido qualquer processo de cópia, reprodução, uso, divulgação ou distribuição do conteúdo deste relatório, sob pena de sanção civil e criminalmente pelas competências do ato.