



PRISCILA VALÉRIO

**A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: A COBERTURA DO CASO ELIZA SAMUDIO
E GOLEIRO BRUNO NO JORNAL NACIONAL**

Porto Alegre
2016

PRISCILA VALÉRIO

**A SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: A COBERTURA DO
CASO ELIZA SAMUDIO E GOLEIRO BRUNO NO JORNAL
NACIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Comunicação Social do Centro Universitário Ritter dos Reis, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Ms. Leandro Olegário

Porto Alegre

2016

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família, que fez com que este sonho pudesse se tornar realidade e por sempre me incentivar a priorizar o estudo. Agradeço, sobretudo, pela paciência e suporte nesses meses de trabalho árduo.

Em especial, gostaria de agradecer à minha mãe Jacqueline, que sempre se esforçou para dar o melhor para mim e meu irmão. Obrigada pelo amor incondicional e pelo apoio em todos os projetos em que me envolvo. Certamente sem ela, nada disso faria sentido. A Leandro, meu namorado, pela compreensão demonstrada neste período em que minha atenção estava voltada para o TCC e pela parceria diária.

Agradeço ao meu orientador, Prof. Me. Leandro Olegário, por aceitar meu tema e por permitir o debate de um assunto que há tempo me instigava. E também pela compreensão e auxílio para concretização deste trabalho. À Prof^a. Dra. Maricéia Benetti pela serenidade na introdução do projeto teórico e por seus ensinamentos.

*“Para se ter sucesso, é necessário amar
de verdade o que se faz.
Caso contrário, levando em conta
apenas o lado racional,
você simplesmente desiste.
É o que acontece
com a maioria das pessoas.”*

Steve Jobs (1955-2011)

RESUMO

Este trabalho pretende selecionar as características de espetacularização da notícia com base na cobertura do Jornal Nacional da Rede Globo frente ao caso Eliza Samudio nos anos de 2010 a 2013, tendo como *corpus* a edição dos dias 28/06/2010, 06/07/2010 e 08/03/2013. O assunto gerou repercussão nacional por se tratar de uma pessoa pública, ou seja, o goleiro - e na época capitão do time do Flamengo - Bruno Fernandes, e também, pela maneira que os fatos ocorreram. Por meio da análise de conteúdo, a amostra aborda três categorias: análise de texto, análise de imagem e critérios de noticiabilidade. Além disso, são destacadas as principais fases deste caso, sendo elas o desaparecimento e as buscas da modelo Eliza Samudio, a prisão e a transferência do goleiro Bruno e o julgamento do atleta. A pesquisa apresenta autores que apontam temas como sociedade do espetáculo (Debord, 1997), ética jornalística (Chaparro, 1994), critérios de noticiabilidade (Silva, 2004). A partir do estudo, percebe-se algumas estratégias no meio televisivo para atrair a atenção do telespectador.

Palavras-chave: telejornalismo, cobertura televisiva, espetacularização, ética jornalística, critérios de noticiabilidade

ABSTRACT

This work intends to select the spectacle features news based on the coverage of the national newspaper Globo front of the case Eliza Samudio in the years 2010 to 2013, with the corpus the editions of the days 28/06/2010, 06/07/2010 and 08/03/2013. The issue has generated national attention because has a public person: the goalkeeper – and, at the time, the Flamengo captain - Bruno Fernandes. The way that the events occurred were important too. Through the sample content analysis, studies three categories: text analysis, image analysis and newsability criteria. In addition, the main phases of this case are highlighted, namely, the disappearance and the searches of student Eliza Samudio, the arrest and transfer of goalkeeper Bruno and the athlete's trial. The research presents authors who point out issues such as the society of spectacle (Debord, 1997), journalistic ethics (Chaparro, 1994), newsworthiness criteria (Silva, 2004). From the study, it is clear some strategies in the television medium to attract the viewer's attention.

Keywords: television news, television coverage, spectacle, journalistic ethics and criteria of newsworthiness

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Formatos televisivos.....	32
Quadro 2 – Formatos do telejornalismo	33
Quadro 3 – Análise de aspectos seleccionados pela imprensa	40
Quadro 4 – As principais tragédias nos últimos 10 anos.....	41
Quadro 5 – Relação dos envolvidos no caso	46
Quadro 6 – Reportagens avaliadas para análise de texto.....	51
Quadro 7 – Análise de imagens da reportagem 01	55
Quadro 8 – Análise de imagens da reportagem 02	57
Quadro 9 – Análise de imagens da reportagem 03.....	58
Quadro 10 – Critérios de Noticiabilidade.....	60

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 A IMAGEM E A SOCIEDADE	11
2.1 O ESPETÁCULO E A MÍDIA	12
2.2 O SENSACIONALISMO NO JORNALISMO	16
2.3 O QUE DIZ A ÉTICA JORNALÍSTICA	20
3 A TELEVISÃO BRASILEIRA	25
3.1 TELEJORNALISMO NO BRASIL	29
3.2 OS FORMATOS DA NOTÍCIA NA TV	32
3.2.1 A força do texto	33
3.2.2 A força da imagem	35
3.3 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NA TV	37
4 A COBERTURA DE TRAGÉDIAS NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO	41
4.1 INTERESSE PÚBLICO E INTERESSE DO PÚBLICO	43
4.1.1 Um olhar sobre o caso Eliza Samudio no Jornal Nacional	45
5 ANÁLISE	49
5.1 ANÁLISE DE TEXTO	51
5.2 ANÁLISE DE IMAGENS	54
5.3 ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE	60
5.4 REFLEXÕES SOBRE A ANÁLISE	61
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	64
7 REFERÊNCIAS	66

1 INTRODUÇÃO

Noticiar temas que atraíam a atenção do leitor é um desafio diário para todos os veículos de comunicação. Uma linha similar que pode ter uma colisão no campo televisivo envolve a informação e a espetacularização. O espetáculo mascara a notícia bruta, e a informação oficial relata os acontecimentos sem “floreios”. Compreendemos que, decorrente do veículo, de critérios jornalísticos e linha editorial do jornal, um fato pode ser noticiado de diferentes pontos de vista. Na maioria dos jornais televisivos é realizada uma reunião de pauta para definir os fatos mais importantes do dia. Essa pauta não é definitiva e pode mudar, inclusive na hora da transmissão, dependendo do valor-notícia que a emissora julgar que o fato tem. Então, a partir deste planejamento com a equipe, ocorrem edições desses acontecimentos para, então, ser distribuído ao telespectador. Ou seja, a reportagem já estará de acordo com a percepção do jornal e será encaminhada para que o público interprete por aquele ângulo.

Podemos dizer que as coberturas de alguns meios de comunicação acabam por não cumprir o seu papel de informar a sociedade e de transmitir temas de interesse público. Isto é, certas matérias são divulgadas repetidas vezes sem acrescentar conteúdo para o público. Dessa forma, podemos notar alguns aspectos que relacionam a espetacularização nos casos televisivos.

Em vista disso, perguntamos: como o Jornal Nacional (JN) realizou a cobertura do caso Eliza Samudio e do goleiro Bruno? Nossa pesquisa pretende fundamentar o problema com base nos critérios de noticiabilidade e estudos da sociedade do espetáculo. A justificativa para a relevância, neste caso, foi o interesse pela televisão e seus “truques” para atrair o telespectador e também a razão pela repetição da mesma informação em casos de grande repercussão. O objetivo central da pesquisa é analisar a cobertura televisiva realizada pelo JN no caso da Eliza Samudio e do goleiro Bruno e mapear este acontecimento, de 2010 até 2013, para investigar se houve espetacularização.

O primeiro capítulo é dedicado à sociedade do espetáculo para salientar como se consolidou essa teoria: o sensacionalismo para explicar as razões pelo qual algumas emissoras fazem uso deste conceito, a ética jornalística com o intuito de ressaltar os direitos e deveres de um profissional da área e conceitos de imagem e sociedade em geral.

O segundo capítulo engloba temas como a televisão brasileira e o telejornalismo no Brasil. Neste ponto é recuperada de maneira breve um a história da televisão e dos noticiários, os formatos da notícia na TV e a força do texto e da imagem inserindo a importância que a imagem tem no campo televisivo, e como ambos (texto e imagem) se complementam neste meio de comunicação, além dos critérios de noticiabilidade, que sugerem os fatores para que algumas notícias sejam divulgadas e outras não.

A terceira parte do trabalho é direcionada para a cobertura de tragédias no telejornalismo, o que é interesse público e o que é interesse do público. Tema bem importante que, por vezes, diante da realidade em que vivemos, assuntos de caráter relevante para o bem comum não são expostos para que o interesse do público seja realizado e, conseqüentemente, o alto índice de audiência. Há também uma síntese contando o caso que ocorreu em 2010 com o jogador Bruno Fernandes e a modelo Eliza Samudio.

A metodologia, que é a análise de conteúdo, está inserida no capítulo quatro, apresentando como princípio a análise qualitativa. Foram selecionadas as três principais matérias do caso, que contam o desaparecimento da modelo Eliza Samudio, a prisão e a transferência do goleiro Bruno e o julgamento do atleta. Assim sendo, temos como *corpus* a edição dos dias 28/06/2010, 06/07/2010 e 08/03/2013. A primeira reportagem avaliada ressalta o excesso por parte do noticiário e a falta de critérios éticos do jornalismo. Também notamos pouco uso do principal elemento da televisão: a imagem. Em algumas matérias, o JN não soube aproveitar esse item para tornar a matéria mais atrativa. A terceira fase analisada, ao contrário da reportagem anterior, utiliza a técnica de edição de imagem a seu favor para expor posições e dramatizar o caso.

Portanto, este trabalho expõe a conduta da mídia televisiva diante de casos polêmicos e que geram repercussão nacional. Também destaca os macetes utilizados para chamar atenção do público. Por meio disso, constatamos que, se os programas televisivos optarem pela informação relevante, evitando “floreios” e excessos na notícia, estarão contribuindo para o campo jornalístico e para a população. Desse modo, a pesquisa apresenta autores que apontam temas como sociedade do espetáculo (Debord, 1997), ética jornalística (Chaparro, 1994) e critérios de noticiabilidade (Silva, 2004).

Neste trabalho, escolhemos usar a primeira pessoa do plural, pois entendemos que a pesquisa científica é um constante diálogo entre o autor, objeto e referencial teórico.

2 A IMAGEM E A SOCIEDADE

É impossível imaginarmos, nos dias de hoje, uma sociedade sem a presença da imagem. O poder com que ela satisfaz, mesmo quando constrange, faz com que a sociedade não saiba mais viver sem essa tecnologia. “Estamos imersos num mundo de imagens coloridas, criativas, sedutoras, que nos divertem, mesmo quando nos chocam” (COELHO, 2006, p.9). Ainda segundo este autor, a lógica do entretenimento está por toda parte: nos *shoppings centers*, nas campanhas políticas, nas obras de arte, nas salas de aula, nos meios de transporte e, obviamente, nos veículos de comunicação (jornais, revistas, cinemas, televisão). Ele também cita o fato de que a sociedade contemporânea teria dito adeus à chatice, à caretice, ao comedimento.

Essa nova tecnologia faz com que as pessoas percam a noção entre a representação do real com o virtual (BAHIA, 2005). A sociedade, segundo Bahia (2005), transforma-se numa sociedade do espetáculo, na qual a contínua reprodução da cultura é feita pela proliferação de imagens e mensagens de mais variados tipos. A consequência é uma vida contemporânea superexposta e invadida pelas imagens, operacionalizando um novo tipo de experiência humana, caracterizada por um modo de percepção que torna cada vez mais difícil separar ficção de realidade.

Na concepção de Debord (1988), quando o mundo real se transforma em simples imagens, estas tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico.

No plano das técnicas, a imagem construída e escolhida por outra pessoa se tornou a principal ligação do indivíduo com o mundo que, antes, ele olhava por si mesmo, de cada lugar aonde pudesse ir. A partir de então, é evidente que a imagem será a sustentação de tudo, pois dentro de uma imagem é possível justapor sem contradição qualquer coisa. O fluxo de imagem carrega tudo: outra pessoa comanda a seu bel-prazer esse resumo simplificado do mundo sensível, escolhe aonde irá esse fluxo e também o ritmo do que deve aí se manifestar, como perpétua surpresa arbitrária que não deixa nenhum tempo para a reflexão, tudo isso independe do que o espectador possa entender ou pensar. (BAHIA, 2005)

Em um telejornal, por exemplo, a imagem tem grande valia, pois ela que “prende” o telespectador em um canal, segundo Bucci (2009). “O telejornal, mais que o jornalismo impresso, tem a função de entreter. (...) É por isso que o principal critério

da notícia é a imagem. Se não há uma imagem impactante, dificilmente o fato merecerá um bom tempo no telejornal” (BUCCI, 2000, p.29).

2.1 O ESPETÁCULO E A MÍDIA

A datar de 1960, com a proliferação da televisão como meio de informação, a sociedade – principalmente a capitalista – começou a conhecer aquilo que o autor Guy Debord (1967) explica em “a sociedade do espetáculo” (JUNIOR e BELMONTE, 2012). A propagação de imagens e informações tratadas de forma exagerada por intermédio dos meios de comunicação de massa conceituam o espetáculo. Conforme Debord (1988), não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens. “A especialização das imagens do mundo encontra-se realizada no mundo da imagem autonomizada. Tudo que era vivido tornou-se diretamente representação”. (DEBORD, 1988, p.13). O autor ainda salienta que o espetáculo tem sua estrutura baseada na aparência, mostrando somente “o que é bom”, que carece ser contemplado e o que vai despertar desejos de consumo no espectador. Ele imprime a aceitação passiva por parte do público e transmite um efeito de circularidade, não deixando margens para réplicas: o espetáculo, segundo Debord (1988) se apresenta como uma enorme positividade, indiscutível e inacessível. Não diz nada além de “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 1988, p. 16-17).

A mídia, principalmente a televisão, começa a estabelecer a agenda e temas de todo processo cultural e social. “O conceito de espetáculo unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes. Sua diversidade e contrastes são as aparências dessa aparência organizada socialmente, que deve ser reconhecida em sua verdade geral” (DEBORD, 1988, p.16). Ainda segundo o mesmo autor, considerado de acordo com seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida – isto é, social – como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo o descobre como a negação visível da vida; como negação da vida que se tornou visível. Por isso, o espetáculo é o grande personagem da história perante a sociedade contemporânea. Tudo que se apresenta ao público só será verídico se for constatado por imagens ou marketing e

o espectador crer no que está sendo repassado. Ou seja, o critério da verdade e da validade da realidade é tudo aquilo que foi noticiado (DEBORD, 1988).

O autor argumenta que, se a mídia em geral não noticiou e nada foi comentado em público sobre determinado acontecimento, as pessoas tornam-se céticas quanto à veracidade da informação. Por mais que tenham vivenciado determinado acontecimento, fica no ar a pergunta: “será que isso realmente aconteceu?” Em outras palavras, se o fato não foi noticiado, divulgado, não teve registro imagético, não deve ter acontecido.

No entanto, conforme pensamento de Debord (1997), ao mesmo tempo em que a verdade deixou de existir em todo lugar, a mentira sem contestação consumou o desaparecimento da opinião pública, a qual ficou incapaz de se formar em meio a um cenário dominado pelas informações midiáticas.

O domínio da sociedade decorrente do espetáculo é proporcionado devido ao fetichismo da mercadoria. Ou seja, a mercadoria domina tudo que é vivido. Tanto no tempo presente quanto no ausente. Debord afirma que “o mundo da mercadoria é mostrado como ele é, com seu movimento idêntico ao afastamento dos homens entre si e em relação a tudo que produzem. O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo” (DEBORD, 1997, pp.28-30).

Ao analisar os conceitos de espetáculo, Arbex Júnior (2001) aponta os conceitos de Debord ao dizer que os rituais políticos, religiosos e hábitos de consumo de tudo aquilo que falta à vida real do homem comum: celebridades, atores, políticos, personalidades, gurus, mensagens publicitárias – tudo transmite uma sensação de permanente aventura, felicidade, grandiosidade e ousadia. E também que “os meios de comunicação de massa são apenas a manifestação superficial mais esmagadora da sociedade do espetáculo, que faz do indivíduo um ser infeliz, anônimo e solitário em meio à massa de consumidores” (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.35).

Logo, a representação está exposta com mais frequência no cotidiano da sociedade como no espaço midiático e na política. Além disso, tem presença constante nos meios de comunicação, principalmente quando falamos do jornalismo televisivo e do suporte para elevados índices de audiência. O caráter repetitivo e

vago do espetáculo leva à dominação total dos homens, da mesma forma que eles foram dominados pelo capitalismo” (NEGRINI e ROSSATO, 2013, pp.1-4). Para complementar esta ideia, Fisher (1984) defende que a espetacularização está inserida na mídia contemporânea tanto nos programas de entretenimento quanto no jornalismo sério. A autora salienta que, na TV, o público encontra todo tipo de *shows*, desde aqueles que, através de reportagens, mostram o lado espetacular da vida: o sensacionalismo, os fatos insólitos, até os musicais e os programas de competições com a participação de auditório. Enquanto que nas novelas, filmes e desenhos animados, os espectadores assistem à narração de uma história, nos *shows* recebem a sucessão de imagens e sons em forma de mosaico.

A preferência do telespectador em utilizar o meio televisivo é muito maior do que nos outros canais de comunicação pelo acesso fácil às notícias. Arbex Júnior (2001) relata que a mídia cria diariamente a sua própria narrativa e apresenta aos telespectadores como se esta narrativa fosse a própria história do mundo. Os telespectadores, embalados pelo “estado hipnótico” diante da tela de televisão, acreditam que aquilo que veem é o mundo em estado natural, é o próprio mundo. O autor argumenta que o telejornalismo adquiriu o estatuto de uma peça política, cuja lógica é determinada pelas relações de cada veículo com o sistema político, financeiro e econômico do país ou região em que se encontra. E conclui:

A televisão adquiriu o poder de definir o que será ou não um acontecimento político, assim como o âmbito geográfico em que esse acontecimento será conhecido. Claro, esse poder não é absoluto; excepcionalmente, as circunstâncias podem se impor à vontade das grandes corporações da mídia. Mas isso é a exceção, não a regra. O acontecimento político (e, mais amplamente, social e/ou editorial) adquire as características de um grande show. Ora, uma das consequências da prática de apresentar o jornalismo como o showrnalismo é o enfraquecimento ou o total apagamento da fronteira entre o real e o fictício (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.32).

No entanto, o autor faz uma observação: “o leitor pode ‘garimpar’ a ‘verdade da notícia’ mediante a confrontação da versão construída por determinado veículo, com a versão apresentada por outros veículos de comunicação e com seus próprios conhecimentos e convicções” (ARBEX JÚNIOR, 2001, p.136). Mas esse processo só será eficaz, segundo o autor, se mantiver no horizonte a ideia do trabalho jornalístico sempre como o resultado de uma rede extremamente complexa de interesses.

Assim, o público em geral teria suas próprias conclusões diante de um acontecimento, comparando uma abordagem realizada por um veículo com o de outro. Com isso, seria mais fácil analisar a veracidade de uma notícia e ter senso crítico para tornar ela válida ou não. Arbex Júnior (2001) finaliza seu relato ao dizer que não é verdade que ela sempre consiga impor livremente qualquer versão dos fatos.

Vale ressaltar a avaliação de Koff (2003) ao dizer que a midiaticização da cultura moderna implica na compreensão dos novos regimes da transmissão cultural, salientando as “guerras culturais”, ocorridas no campo da mídia, e mostrando a verdadeira ideologia do espetáculo presente atrás da televisão. O autor conclui que a existência de uma ideologia do espetáculo, cujo veículo mais poderoso tem sido a televisão, onde a luta pela audiência se justifica com maior critério de seleção dos ângulos de abordagem da realidade, sedimenta formas de anti-pensamento nas quais o ato de contemplar torna-se mais importante do que compreender.

Como uma forma de explicar esse campo jornalístico, Chaparro (1994) afirma que o poder da mídia nos meios de comunicação faz uma comparação com o tempo em que a notícia tinha o período para ser noticiada e os dias de hoje. “No velho conceito e na velha realidade, havia um intervalo – o intervalo que o poder das redações ocupavam – entre ‘o acontecido’ e ‘o noticiado’. Na ocupação desse intervalo, e no controle que exercia sobre a atualidade, se fundamentava o poder da ação jornalística. Pois esse intervalo desapareceu, e aí está a razão primeira da crise. As redações perderam o controle sobre a notícia, que corre o mundo na dimensão do tempo real, livre e solta, em redes universais, para efeitos imediatos” (CHAPARRO, 1994, p.15). O autor argumenta que a expansão tecnológica e a disseminação de um sentimento de quase onipresença da mídia na vida cotidiana têm provocado cada vez mais interesse das pessoas em saber o que é, como funciona e em que está apoiado o jornalismo.

Desta maneira, o consumo e a imagem ocupam o lugar que antes era do diálogo pessoal através da TV e os outros meios de comunicação de massa, publicidades de automóveis, marcas etc. O espetáculo se constitui a realidade e a realidade o espetáculo. Já não se tem um limite definido para as coisas (BAHIA, 2005).

2.2 O SENSACIONALISMO NO JORNALISMO

Amaral (2006) diz que as práticas abrangidas pela caracterização sensacionalista tanto podem significar o uso de artifícios inaceitáveis para a ética jornalística, como também podem configurar-se numa estratégia de comunicabilidade com seus leitores. Assim, o sensacionalismo abrange diversas estratégias, e é pouco produtivo circunscrevê-las num único conceito. Por isso, a autora sugere que é mais adequado caracterizar esse segmento da grande imprensa como “popular” e não como sensacionalista. Isso porque alguns autores preferem a caracterização “populares” para abordar a incorporação de características culturais populares pelos meios de comunicação com o objetivo de obter audiência. Muitas vezes, segundo a autora, o rótulo sensacionalista está ligado aos jornais e programas que privilegiam a cobertura da violência. Entretanto, o sensacionalismo pode ocorrer de várias maneiras. É possível afirmar que todo jornal é sensacionalista, pois busca prender o leitor para ser lido e, conseqüentemente, alcançar uma boa tiragem.

Um depoimento do jornalista Alberto Dines é citado por Amaral, no qual ela menciona que “em toda imprensa ocorre o processo sensacionalista, sendo o próprio lead um recurso desse tipo, por sublinhar os elementos mais palpitantes da história para seduzir o leitor” (AMARAL, 2006, p.20). Nessa época, argumenta a autora, o jornalismo divide, para efeitos didáticos, o sensacionalismo em três grupos: o sensacionalismo gráfico, o sensacionalismo linguístico e o sensacionalismo temático. O gráfico ocorre quando há uma desproporção entre a importância do fato e a ênfase visual; o linguístico é baseado no uso de determinadas palavras; e o temático caracteriza-se pela procura de emoções e sensações sem considerar a responsabilidade social da matéria jornalística.

A divergência entre um jornal sensacionalista e um sério é a proporção de veracidade. Amaral (2006) evidencia que o nível de sensacionalismo é a maior categoria de comercialização da informação. Na verdade, vende-se nas manchetes aquilo que a informação interna não irá desenvolver melhor. A autora cita apontamentos de Marcondes Filho como o fato de que a imprensa sensacionalista

repete o modelo clássico do modo liberal de informação com suas técnicas de manipulação. A prática sensacionalista é também nutriente psíquico, desviante ideológico e descarga de pulsões instintivas. As notícias da imprensa sensacionalista sentimentalizam as questões sociais, criam penalização no lugar de descontentamento e constituem-se num mecanismo reducionista que particulariza os fenômenos sociais. Em geral, o sensacionalismo está ligado ao exagero; à intensificação, valorização da emoção, à exploração do extraordinário, à valorização de conteúdos descontextualizados; à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma.

São muitas as formas de popularização da mídia costumeiramente tratadas sob o rótulo sensacionalista. O sensacionalismo tem servido para caracterizar inúmeras estratégias da mídia em geral, como a superposição do interesse público; a exploração do sofrimento humano, a simplificação, a deformação, a banalização da violência, da sexualidade e do consumo; a ridicularização das pessoas humildes; o mau gosto; a ocultação de fatos públicos relevantes; a fragmentação e descontextualização do fato; o denunciamento; os prejulgamentos e a invasão de privacidade de tanto de pessoas pobres e como de celebridades, entre outras (MARCONDES FILHO *apud* AMARAL, 2006, pp.20-21).

O adultério de informação em busca de vendas de jornal descaracteriza a função do jornalismo (AMARAL, 2006). A ojeriza à submissão mercadológica, por parte das redações, tem razões importantes, como distorções, invenções, exageros e deslizes éticos cometidos em nome do aumento das tiragens até hoje, conforme Amaral (2006). A autora destaca que muitos jornais “forçam a barra” para tentar aproximar-se do leitor. É possível fazer jornalismo popular sem apelar, sem submeter-se simplesmente à ideia de vender jornal. Quem confirma essa teoria é Chaparro (1997), que afirma que ao fazer o relato e o comentário da atualidade, o jornalismo está sempre diante do dilema de privilegiar um interesse em detrimento de outros. E faz opções, como acontece na atuação dos jornais rotulados de sensacionalistas, preponderantemente preocupados com o sucesso das vendas. O autor segue na tese de que, a eles, é a conquista do leitor que importa. E para atrair-lhe a atenção, tudo vale. Quando em um jornal dito sério, as razões jornalísticas são controladas, no seu todo ou em qualquer reportagem ou artigo, pelos vínculos de quem escreve ou edita a um interesse econômico, partidário, ideológico ou religioso,

o que se acaba fazendo é também propaganda, porque apenas se divulgam as informações e julgamentos favoráveis ao interesse motivador ou controlador.

Um dos macetes das redações jornalísticas para atrair a atenção do espectador é enfeitar a notícia. “Como você se sente?” É a pergunta típica que o repórter faz às vítimas em situações dramáticas. Dramatizar é tornar um fato interessante e comovente como um drama, apresentando-o sob aspecto trágico ou evocando-o com cores mais vivas do que as que realmente têm”. (AMARAL, 2006, p.120). A autora afirma que seduzir o leitor para a leitura do texto com bons títulos e imagens, com declarações importantes ou surpreendentes, faz parte do papel do jornalista. Entretanto, o profissional precisa ser ético para conhecer os limites que separam um fato bem contado de um factóide dramatizado. Uma tragédia divulgada no jornal deve ter um caráter melodramático não por intenção do jornalista, mas sim pela realidade dos fatos.

O jornalismo tem a missão de mostrar o sofrimento gerado por uma catástrofe, um fato violento ou uma injustiça, mas o drama é decorrente do fato em si, não precisa ser forjado pelo jornal. A dramaticidade da notícia deve ficar evidente não por adjetivos, mas pela descrição dos fatos dramáticos; ou seja, a descrição da intensidade do fato dependerá de um texto bem apurado e portador de uma tensão jornalística. (AMARAL, 2006, p.120-121)

A estrutura de edição e o método de abordagem hiperbólico de um fato descaracterizam o papel da imprensa (AMARAL, 2006). A autora indica que o jornalismo praticado no segmento popular da grande imprensa subverte essa lógica de priorizar o interesse público. Baseia-se no entretenimento e não na formação, mistura gêneros, utiliza fontes populares e muitas vezes trata a informação de um ponto de vista tão particular e individual que, mesmo dizendo respeito a grande parte da sociedade, sua relevância se evapora. “Muitas vezes, o interesse do público suplanta o interesse público não em função da temática da notícia, mas pela forma como ela é editada, com base na individualização do problema, o que dá a sensação da não realização do jornalismo” (AMARAL, 2006, p.52-53).

As notícias não são espelho da realidade. Existe a subjetividade do jornalista que, ao expor os fatos, pode pecar pelo excesso da informação. “Muitas críticas ao exagero e às distorções da imprensa popular, pertinentes do ponto de vista ético, caem no outro extremo de imaginar possível uma notícia límpida que faça os fatos

transparecerem tal como aconteceram” (AMARAL, 2006, p.23). Segundo a autora, as notícias não emergem naturalmente do mundo real para o papel, não são o reflexo do que acontece. São um discurso sobre o mundo, redigidas com base em formas narrativas, pautadas por símbolos, estereótipos, clichês e metáforas.

Muitos fatores interferem na produção de uma notícia, que vão desde o posicionamento do jornal, o empenho do jornalista, as pressões do tempo, os constrangimentos organizacionais, as pressões políticas e econômicas, o status das fontes e o contexto cultural e econômico do público-alvo, entre outros” (AMARAL, 2006, p.23).

Por isso, Amaral (2006) diz que os jornais moldam seu discurso informativo de acordo com apropriações de características culturais de seus leitores. Isso não os exime de suas responsabilidades éticas, apenas mostra que os jornalistas devem tomar cuidado para separar o que de fato é o mau jornalismo daquilo que é efetivamente jornalismo para uma determinada camada social, porém numa linguagem mais simples e chamativa. A autora ainda ressalta que é evidente que todos os jornais, pela necessidade de sobrevivência, se tornaram mercadorias. No entanto, segundo ela, a notícia não é só uma mercadoria, e embora todos os jornais sejam sensacionalistas em alguma medida, não se pode subestimar os demais papéis do jornalismo – como o de produtor de conhecimento e construtor da realidade pública. Além de serem mercadorias, os jornais também produzem sentidos, significações.

Mais tarde, em meados de 1840, os primeiros segmentos inseridos nesta categoria foram os folhetins. Desde então, esse conceito ficou conhecido por tratar de casos de violência e gerar emoções (AMARAL, 2006). A autora argumenta que o sensacionalismo ficou muito relacionado ao jornalismo que privilegiava a superexposição da violência por intermédio da cobertura policial e da publicação de fotos chocantes, de distorções, de mentiras e da utilização de uma linguagem composta por palavras chulas, gírias e palavrões. “Os jornais escandalosos são historicamente recorrentes e o sensacionalismo manifesta-se em vários graus. Caracterizar um jornal como sensacionalista é afirmar, de maneira imprecisa, apenas que ele se dedica a provocar sensações” (AMARAL, 2006, p.22).

Já no final da década de 1990 e no início do novo século, foi a vez da televisão inserir programas populares na sua programação por meio de episódios distorcidos da realidade:

Com a implementação das redes de TV a cabo e a incorporação de alguns setores ao mercado consumidor, a televisão aberta passou a veicular novos programas populares. Há muitos programas que se apoiam em depoimentos de cidadãos comuns sobre seus dramas particulares, em que o povo não aparece em sua realidade cultural, mas em seu lado grotesco, feio, deformado, miserável, vítima, sem destino. Outros baseiam-se na observação do cotidiano de pessoas comuns, como são do estilo *reality show* de “*Big Brother*” (Globo). Há ainda os programas de auditório dos domingos, que misturam vários estilos, e os que se auto intitulam jornalísticos e priorizam as pautas policiais (AMARAL, 2006, p.44).

Na percepção de Bourdieu (1997), o jornalismo televisivo está em busca do sensacional, do espetacular e do extraordinário. “Levadas pela concorrência por fatias de mercado, as televisões recorrem cada vez mais aos velhos truques dos jornais sensacionalistas [...]” (BOURDIEU, 1997 p.73). Para concluir o pensamento do autor, Bucci (2004) ressalta que o jornalismo televisivo substituiu o espaço público pelo espaço do espetáculo.

2.3 O QUE DIZ A ÉTICA JORNALÍSTICA

Segundo Chaparro (1994), a palavra ética deriva da grega *Ethos*, que significa costume. Etimologicamente, portanto, é sinônimo de moral, termo originado do latim *mos, moris*, que também significa costume. Mas, com Aristóteles, a Ética passou a ser ciência, a ciência da Moral. A partir de então, a Moral tornou-se a disciplina que estuda e regula as ações do comportamento humano. E a Ética, a teoria ou ciência que estuda esta área. “A âncora ética do jornalismo, da qual deriva a responsabilidade moral de cada jornalista pelo seu fazer, é o direito individual e universal de investigar, receber e difundir informações e opiniões” (CHAPARRO, 1994, p.33). O autor ressalta que a Ética acaba influenciando na Moral, inspirando a criação, supressão ou mudança dos princípios que as sociedades assumem com valores maiores e aos quais os costumes morais devem submeter-se. O código de ética da profissão prioriza, entre tantos outros fatores, o compromisso contra qualquer tipo de ato ilícito, a divulgação de notícias relevantes para a população e a

expressividade (CHAPARRO, 1994). De acordo com o autor, é muito mais um código moral, de natureza comportamental, do que de ética. O código do jornalista lê-se um roteiro de obrigações de comportamento, tais como: é dever do jornalista combater e denunciar todas as formas de corrupção; divulgar todos os fatos que sejam do interesse público; lutar pela liberdade de pensamento e expressão; opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão; defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos.

O escamoteio ou a distorção de informações; as pautas motivadas por interesse particulares não revelados; a irresponsabilidade com que se difundem falsas informações ao público; a acomodação dos repórteres a um jornalismo de relatos superficiais; os textos confusos e imprecisos; a facilidade com que a imprensa acolhe, sem apurar, denúncias que favorecem ou prejudicam alguém; a frequência prevalência dos objetivos do marketing sobre as razões jornalísticas; o desprezo pelo direito de resposta; a arrogância com que se protege o erro e se faz a apropriação antissocial do direito à informação (direito do leitor) – são claros sintomas de um desequilíbrio de identidade do jornalismo, como função social (CHAPARRO, 1994, p.36-135).

Conforme Chaparro (1994), o direito à informação e à liberdade de expressão, preceitos constitucionais, são princípios éticos que devem nortear todas as leis reguladoras dos costumes na informação, desde a Lei de Imprensa aos manuais de redação. Quando um jornal ou jornalista subtrai a verdade ao leitor, ou o ilude com artifícios e falsas intenções, o direito à liberdade de informação está sendo vilipendiado.

Sempre que um editor ou um repórter – por incompetência, arrogância, interesse pessoal, subalternidade a quem controla ou qualquer outro motivo – priva o leitor da notícia correta e plena, trai o principal e mais belo dos compromissos que tem com a construção e o aperfeiçoamento de uma sociedade livre: assegurar a “todo indivíduo” o direito de ser informado. Com o relato veraz. O que significa dizer o seguinte: denunciar à sociedade o comportamento corrupto e imoral de um presidente da República é dever do jornalismo e do jornalista; derrubá-lo é prerrogativa do povo organizado. (Chaparro, Manuel Carlos, 1994, p. 102-103-150).

Existem três categorias às quais o jornalismo presta serviço e encontra-se introduzida. Chaparro (1994) ressalta que o modelo pragmático proposto, descritivo da ação jornalística, não é um cadeado racionalista, fechado à complexidade pluralista dos processos sociais e culturais, dentro dos quais ocorre o jornalismo. São processos construídos pelo conforto e pela cooperação. Na concepção do

modelo, as fronteiras para as interferências dos autores e atores sociais estão totalmente abertas a três polos de interação: com a sociedade, que estabelece princípios e costumes, ou seja, as razões éticas; com a atualidade, representada não apenas pelo que acontece, mas também por aquilo que as pessoas querem dizer e saber sobre o que acontece; e com a recepção ativa, em que se dá o encontro de expectativas e perspectivas. A ação jornalística ocorre e desenvolve-se na dinâmica desse tripé e integrada a ele.

Com a sociedade institucionalizada, o jornalismo e o jornalista interagem num cenário de obrigações e direitos, regulado pelas leis e pelos costumes. Daí derivam os balizamentos éticos e morais, os quês e os porquês que devem servir de motivo à ação jornalística, caldeados pela consciência profissional, a faculdade moral de decidir pelo que é correto – o que supõe o conhecimento e a compreensão dos valores em jogo e a liberdade de ação (CHAPARRO, 1994, p.145).

A palavra interesse está totalmente relacionada ao jornalismo denotado na notícia. O interesse, segundo Chaparro (1994), pode ser considerado, portanto, o atributo de definição do jornalismo. Só é notícia o relato que projeta interesses, desperta interesses ou responde a interesses. “Aliás, nunca é demais lembrar que a atividade jornalística deve ser avaliada e avalizada pelas razões do interesse público, parâmetro gerador dos critérios jornalísticos de valoração da informação” (CHAPARRO, 1994, p.146-147). E, quanto mais vigorosos forem os atributos de relevância social da informação, maior será a dimensão do interesse público atendido, finaliza Chaparro (1994). A partir disso, o autor faz um contraponto entre o interesse público e o interesse particular. De acordo com ele, o jornalismo não tem que temer ou desprezar os interesses particulares, porque, além de legítimos, são eles a engrenagem da atualidade. Mas como a sociedade espera e precisa do jornalismo, o relato veraz, confiável, dos acontecimentos, bem como a explicação isenta de fatos e contextos, exige-se que as razões e os comportamentos do jornalismo estejam vinculados, não a algum dos interesses particulares em jogo, mas ao tão falado interesse público, para que, no dia seguinte, a própria atualidade tenha desdobramentos convenientes à sociedade. O interesse particular não está em oposição do interesse público.

O interesse público está simbolizado em determinados interesses particulares, o que evidencia a inexistência de oposição entre as duas instâncias. Exemplo: o protesto de uma pessoa portadora de deficiência física, diante da impossibilidade de acesso ao transporte público ou à casa de espetáculos, ou à escola, é a manifestação de um interesse particular frustrado. O interesse público não está no fato isolado. Mas o fato isolado simboliza o interesse público, porque manifesta a agressão a um valor ou princípio estabelecido como bom pela sociedade - e aí, no valor agredido e não no fato, estão as razões do interesse público (CHAPARRO, 1997).

De acordo com Chaparro (1994), sob o ponto de vista ético, a intencionalidade jornalística precisa do porquê (motivo), não do para quê (propósito). Conectada aos motivos éticos, a intenção, controlada à utilização das técnicas, inspira a curiosidade, ativa a compreensão, gera critérios valorativos para a apuração, depuração e ordenação das informações e opiniões recolhidas, além de dar direção à sensibilidade criativa, na elaboração do relato veraz. O autor ainda cita Carl N. Warrer quando diz que “os elementos da notícia são considerados oito: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção, consequências. Afinal, estamos falando das razões que levam o leitor a se interessar ou não pela informação que lhe é oferecida” (CHAPARRO, 1994, p.148). Outra característica importante na concepção do autor é o *off*. Esse método é caracterizado por fontes que relatam um fato de forma informal e não querem que seus nomes sejam citados. “O *off* é a mais nobre e corriqueira prática do boato. Em alguns jornais de prestígio internacional, o rigor ético limita ou impede a utilização do *off*. O El País, de Madri, por exemplo, recomenda em seu manual a não-utilização dessas informações em textos noticiosos” (CHAPARRO, 1994, p. 75). No Brasil, diz o autor, o *off* é uma das almas da cultura jornalística.

Kapferer (1988) argumenta que, antes de existir a escrita, o que se dizia de boca em boca era o único canal de comunicação das sociedades. O boato veiculava as notícias, fazia e desfazia reputações, precipitava os motins e as guerras. O aparecimento da imprensa, depois do rádio e, por fim, a explosão dos meios audiovisuais não conduziu, no entanto, ao desaparecimento do boato. Apesar dos *media*, o público continua a obter boa parte da sua informação através daquilo que corre de boca em boca. O advento dos *media*, longe de acabar com os boatos, tornou-se apenas mais especializado: cada um passou a ter o seu território de propagação. Ou seja, como diz Cristofolletti (2004), as pessoas se equivocam ao

pensar que uma disciplina como a Ética seja meramente teórica, abstrata e relegada a filósofos, pensadores, poetas e utópicos. Pensar dessa forma é que é uma ilusão. Segundo o autor, a Ética, seja no jornalismo ou em qualquer atividade profissional, envolve aspectos de natureza prática porque reúne em si as discussões sobre as condutas das pessoas. Para ele, não há nada mais prático. “No entanto, a mídia evita discutir sobre si mesma e é refratária a qualquer ensaio de autocrítica. Não se fala de deslizamentos éticos, de erros grosseiros de informação, de perda da qualidade do produto jornalístico” (CRISTOFOLETTI, 2004). Mesmo os movimentos dos grandes conglomerados para um plano de socorro à mídia, alardeado pelo BNDES, mesmo esses movimentos vêm sendo relatados com extremo cuidado pelas emissoras de TV, com total zelo pelos jornais, conclui o autor.

Entender a Ética Jornalística como uma linha de pesquisa para o campo do jornalismo abre não apenas o leque de possibilidades para novos estudos sobre a conduta humana e os procedimentos dos profissionais ali envolvidos, argumenta Cristofolletti (2004). O autor sugere que, ao estudar a Ética Jornalística, o pesquisador perceberá que ela permite a transversalidade, a inter e transdisciplinaridade na área de concentração de estudos. A Crítica de Mídia – ou *Media Criticism*, como preferem os norte-americanos – é um campo ainda muito pouco explorado por professores e alunos como recurso pedagógico, por exemplo. “Por meio dela, podem-se empreender leituras críticas dos meios de comunicação, apontando falhas técnicas, equívocos estéticos e deslizamentos éticos. É utilizado como um ponto de apoio teórico e conceitual, que fortalece as pesquisas em Ética Jornalística” (CRISTOFOLETTI, 2004). Neste sentido, o autor foca sobre dois aspectos que só agora passam a chamar a atenção dos pesquisadores brasileiros, não apenas aqueles que se dedicam à comunicação, mas também os de outras áreas. Refere-se a duas vertentes que podem propiciar muitas pesquisas em pouco tempo: uma é a que se concentra no que os norte-americanos chamam de *Accountability*, cuja tradução mais próxima talvez seja “transparência” ou “prestação de contas”; e outra vertente é a da Responsabilidade Social, preocupação que atinge mais ultimamente os setores da administração e das políticas públicas.

O conceito de *Accountability* abrange transparência nos procedimentos de apuração das notícias e na condução do noticiário, abrange prestação de contas para fontes de informação, sujeitos das histórias relatadas e

empregadores; Consiste em dar satisfações ao público, prevê um convite geral à crítica. No entanto, Responsabilidade Social ainda é um assunto contábil e não moral; o que envolve números e quantificações e não valores morais e condutas eticamente aceitáveis devido aos empresários da TV e do rádio não saberem que seus negócios interferem diariamente na vida das pessoas (CRISTOFOLETTI, 2004).

Portanto, o jornalismo tem grande influência sobre a sociedade e é capaz de provocar debates, opiniões e fazer ou acabar com a reputação de alguém. Por isso, é dever desta categoria atuar em prol do social. Cristofolletti (2004) garante que é preciso ir além e resgatar um compromisso radical do jornalismo, assumido como postulado desde a sua fixação como campo profissional no começo do século XX. O jornalismo, segundo o autor, deve informar a sociedade, deve servir aos interesses dela, concentrando-se nos anseios da coletividade. Se o jornalismo foi alçado à condição de quarto poder - fiscalizador dos outros três que sustentam o Estado e servem à sociedade -, ele não está acima dos interesses da coletividade, não tem imunidade moral e não está blindado a críticas. Desta maneira, Cristofolletti (2004) assegura que vale refletir sua condição, sua natureza e a teia que ajuda a sustentar a sua estrutura capilar. Cabe estudar as tendências que escoram o jornalismo, cabe analisar que poder de penetração ele tem no imaginário e no cotidiano dos cidadãos que consomem informação. Enfim, “vale lançar nossos olhares sobre o jornalismo como qualquer outro objeto de estudo científico” (CRISTOFOLETTI, 2004).

3 TELEVISÃO BRASILEIRA

A televisão no Brasil foi inaugurada em 18 de setembro de 1950 por Assis Chateaubriand. Pioneira da América do Sul, a TV Tupi-Difusora (PRF-3) já realizava seus testes de transmissão em circuito fechado desde julho de 1950. Sampaio (1984) detalha que, após uma fase de instalação de incidentes, em setembro de 1950, inaugurava-se a Tupi Difusora, fazendo com que o Brasil fosse o primeiro país da América Latina a ter uma televisão de caráter regular. O jornal de maior destaque neste período era o Repórter Esso. Não o conhecido pelo rádio, mas sim o telejornal. No entanto, Loredó explica:

Há certa confusão na data de estreia do telejornal, em parte porque a Rádio Nacional, que apresentava um noticioso com o mesmo nome, relutou em

partilhar o título. Assim, o noticioso estreia em 1º de abril de 1952 com o nome de Telejornal Tupi. Um mês depois, é rebatizado como Telejornal Esso, e em 17 de junho de 1953, passa a ser o Repórter Esso (LOREDO, 2000, p.5).

Daí em diante, outros horários foram disponíveis para o telejornal em edições locais devido à grande repercussão. O sucesso do noticioso motivou a TV Tupi a veicular horário à tarde com o telejornal Edição Extra, que lança o primeiro repórter de vídeo no Brasil: José Carlos de Moraes, conhecido como “Tico-Tico”, conforme conta Lima (2001). “A novidade foi logo incorporada pelo Repórter Esso, que colocou no ar vários repórteres como Murillo Neri, Flávio Cavalcanti e Rubens Medina. Sobretudo, o Repórter Esso passou a ter várias versões locais/regionais” (LIMA, 2001, p.156).

Após, em 1960, chega o vídeoteipe no Brasil, onde se inicia um ciclo de competição de audiência entre as emissoras. Com isso, quem aproveita melhor a tecnologia nesta área é o Jornal Nacional em 1969 Souza (2004) explica que, no Brasil, os “especiais” são produções exclusivas e inéditas apresentadas pelas emissoras como programas diferenciados, que podem ser de vários gêneros. “Musicais, minisséries e entrevistas são algumas dessas produções chamadas ‘especiais’ pelas redes brasileiras” (SOUZA, 2004, p.39). Paternostro (2006) comenta que este campo de atuação é muito popular, já que abrange todo o arco da sociedade. A televisão é um meio de comunicação que transforma a vida das pessoas: muda conceitos, forma opiniões, cria hábitos, inspira comportamentos, reduz distâncias, aproxima. É veículo de informação e entretenimento.

Então, é a partir deste período que o meio televisivo começa a se propagar quase que instantaneamente. Isso porque é possível divulgar uma notícia no fato ou pouco tempo depois do ocorrido. Squirra (2004) relata que, ao invés, de relatar a notícia, ela o mostra em toda sua dimensão. “Podendo, assim, atingir uma quantidade muito maior de sentidos humanos, já que se utiliza do movimento, da cor, do som e de toda a dramaticidade do acontecimento, quase ao mesmo tempo em que ele se deu” (SQUIRRA, 2004, p. 51). O autor ressalta que se pode dizer que a televisão é cômoda, já que ela não exige esforço por parte do telespectador. Em contrapartida, Frazão (2007) destaca na TV algo semelhante que tende a ocorrer no caso dos telejornais, uma vez que as informações são passadas rapidamente e com

várias imagens. Assim sendo, o telespectador não consegue acompanhar com igual rapidez as informações, contribuindo, ainda, para que não haja tempo para que este faça seu ponto de vista ou reflexão a respeito. Há fatores subliminares que também levam o público a acreditar e desejar assistir a determinados tipos de programações. “Com a rapidez da informação e a sua reformulação ou renovação constante, a tendência é que tais notícias sejam consumidas e posteriormente esquecidas pelo público” (FRAZÃO, 2007, p.6).

A autora ainda considera que as novelas e demais programações de entretenimento, além de serem responsáveis pelo empobrecimento cultural – haja vista que em sua maior parte não incentivam a cultura ou educação – também são fator determinante para que haja a constante “amnésia” na mente do público, já que os telejornais têm sua transmissão intercalada com esse tipo de programação. Segundo ela, as programações de cunho educativo, cultural ou de conhecimentos gerais perdem espaço na grade midiática dos grandes canais de comunicação para programações, em suma, que evidenciam o entretenimento e a propaganda. “Seja nas novelas ou em um reality show, a publicidade de produtos está bastante presente, em detrimento de informações vitais, notícias ou outro fator relevante para o conhecimento do público em geral” (FRAZÃO, 2007, p.4). Nesse contexto, Ivo Lucchesi (2007) avalia a relação do espectador optar pelos programas de entretenimento como o *reality show* “Big Brother Brasil” da Rede Globo e também as novelas, e analisa que estes programas inspiram alegria e comodismo, diferente da realidade da sociedade.

Somados à fragilidade de uma cultura basicamente midiática, não causa estranheza que famílias se plantem diante de um televisor no qual encontram um formato que, sem dar-lhes nada, nada lhes tira. (...) À circularidade do formato do programa, agrega-se a vacuidade do conteúdo. A fórmula, pois, retira do público, a sensação incômoda tanto das incertezas quanto do medo. As novelas também adquiriram igual perfil. O imaginário brasileiro, há décadas, se alimenta do cotidiano pequeno e imediato (LUCCHESI, 2007).

A televisão é uma mídia de massa particular, conforme Lolla, Martinelli e Pasquim (2010), que permite realizar a comunicação de massa enquanto processo social. As autoras destacam que a característica de uma mídia de massa é a difusão de produtos em grande quantidade que se dirige à massa, isto é, ao mundo todo.

“Essa pode se dizer que é a sua dinâmica, ou seja, a televisão pode atingir toda população do planeta e ligava-se aos países comunistas em que todos acreditavam que a televisão era capaz de elevar o nível de conhecimento do povo” (LOLLA, MARTINELLI e PASQUIM, 2010, p.14). E isso como meio popular na arte do entretenimento, atualização, informação e na atualidade. Se um fato não aparecer na televisão, torna-se duvidoso perante a sociedade. Para reforçar esse pensamento, Bourdieu (1997) aponta que a televisão é um meio que gera tensões. Ele diz que:

Ela é um instrumento de comunicação pouco autônomo, sobre o qual pesa toda uma série de restrições que se devem às relações sociais entre os jornalistas, relações de concorrência encarniçada, implacável, até o absurdo, que são também relações de conivência, de cumplicidade objetiva, baseadas nos interesses comuns ligados à sua posição no campo de produção simbólica e no fato de que têm em comum estruturas cognitivas, categorias de percepção e de apreciação ligadas à sua origem social, à formação, ou à sua não formação (BORDIEU, 1997, p. 50-51).

O poder da TV é bem maior que o do rádio, pois este tem uma audiência pulverizada em quase três mil emissoras, que em sua maioria não se estruturam em redes nacionais, enquanto a TV tem plateias verdadeiramente nacionais, relata Eugênio Bucci (2000). O autor ainda cita Gabriel Priolli, no qual comenta também que, de acordo com o Grupo de Mídia de São Paulo, apoiado em pesquisas do instituto Marplan Brasil, 98% da população entre dez e 65 anos via TV pelo menos uma vez por semana e que, sozinha, essa mídia atraía duas vezes mais público do que todos os meios impressos, aí computados também os livros, além de jornais e revistas. Negrini e Tondo (2007) reforçam o raciocínio de que a TV é um dos veículos que proporciona à sociedade um leque de opções, fazendo com que seu espectador tenha a informação e o entretenimento ao mesmo tempo. Desta forma, a televisão pode ser considerada um meio de destaque na vida das pessoas, proporcionando a elas temas para discussão, tornando-se assim uma forma de estabelecimento de laços sociais.

Conforme Wolton (1996), a televisão possui duas dimensões indissociáveis, complementares e simétricas. Uma delas é a dimensão técnica, ligada à imagem; e a outra é a dimensão social. Ambas formam uma aliança. Neste trabalho, optamos por focar a dimensão social do meio televisivo. Quando nos referimos à dimensão

social, podemos inferir que não podemos qualificar o ser humano como passivo às transmissões midiáticas, pois há interações. Já Cruz (2007) analisa este meio com outro enfoque. Para ele, a televisão destaca-se cada vez mais entre as principais indústrias culturais. Ela contribui amplamente para o desenvolvimento econômico de um país e se porta como um agente de formação cultural dos cidadãos. O grande público está exposto à comunicação de massa e aos produtos da indústria cultural, onde podemos inserir as notícias de variedades, os programas de auditório e os programas de cunho investigativo, que se fixam nas brechas deixadas pelas autoridades competentes para conseguir audiência.

Cada emissora e programa televisivo têm sua estratégia de captar a atenção do público. Souza (2004) expõe a pesquisa de José Manuel Moran, “olhos na TV”, da agência Lintas, que mostrou claramente que “os programas de maior agrado tendem a prender mais a atenção do telespectador durante o intervalo comercial” (MORAN, 1991 *apud* SOUZA, 2004). Em meados de 1960, o autor ressalta que os programas de auditório têm uma característica especial. “Os programas de auditório prendem a atenção do público e do telespectador pela variedade de atrações apresentadas num só programa, aproximando-se da mesma linguagem utilizada pelo circo” (SOUZA, 2004, p.94).

3.1 TELEJORNALISMO NO BRASIL

O desenvolvimento do telejornalismo no Brasil, de acordo com Souza (2004) foi alavancado por patrocinadores multinacionais que já conheciam o sucesso e a importância do gênero em seus países de origem. O primeiro telejornal reflete essa tendência mundial. O autor acrescenta que a conquista de importância na grade horária da programação fez as redes de televisão investir no telejornalismo tanto quanto em outros gêneros. “As grades podem deixar de apresentar um ou outro gênero, mas o telejornalismo ocupa espaço e visibilidade fundamentais para o conceito de rede de televisão” (SOUZA, 2004, p.151). Teodoro (1984) destaca que, em 4 de agosto de 1952, a TV Tupi veio a fechar importante contrato com a Esso para a apresentação do Repórter Esso. O prestígio do programa já vinha do rádio, no qual se tornou o noticioso de maior evidência. Conforme o autor, o Repórter Esso

sentiu vontade de ser TV e não mais rádio. “Modificou-se, ganhou formato próprio e seguiu sua trajetória pioneira, refletindo a estrutura do telejornalismo norte-americano, adaptado ao nosso gosto. No entanto, o avanço nos telejornais se propagou em diversos setores na programação televisiva além dos noticiários” (TEODORO, 1984, p.205). Segundo, ainda, este autor, os deveres do telejornal são informar, educar, servir, interpretar e entreter.

O telejornalismo teve diversos programas que tiveram um bom índice de audiência e credibilidade (PATERNOSTRO, 2006). A autora cita uma lista dos telejornais que são referência na história da tevê brasileira: Imagens do Dia, O Repórter Esso, Edição Extra, Jornal da Vanguarda, Show de Notícias, Jornal Nacional, Bom Dia São Paulo, TV Mulher, Bom Dia Brasil, TJ Brasil e Aqui Agora são alguns deles. Com base nisso, Maia (2001) aponta que o Jornal de Vanguarda foi o que teve mais destaque neste período. Chegou a ser premiado, na Espanha, em 1963, como o melhor telejornal do mundo. Mas o programa não resistiu ao golpe militar de 1964 e foi extinto por sua própria equipe após o Ato Institucional nº 5 (decreto emitido pelo governo militar brasileiro entre os anos de 1964-1985, considerado o mais duro golpe na democracia e que deu poderes quase absolutos ao regime militar).

Em função disso, Traquina (1993) salienta que os jornalistas não são simples observadores indiferentes dos fatos, mas colaboradores ativos de um delicado processo de construção da realidade, de forma que as notícias não podem ser vistas emergindo naturalmente dos acontecimentos do mundo real. O autor ressalta que Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia também cria o acontecimento. Por isso, entendemos que os telejornais selecionam as notícias conforme o seu grau de importância e também respeitando os interesses da empresa de comunicação no qual trabalham, até que esta vire matéria jornalística. Dado isso, Maia (2011) enfatiza que o processo de edição caracteriza-se, na essência, por uma sucessão de escolhas. Por isso, no telejornal, é impossível mostrar tudo o que foi gravado. Tornando-se necessário tecer o fio condutor dos acontecimentos, a trama dos fatos de forma sintetizada, uma vez que o tempo do telejornal é curto. “Assim, a edição é marcada por um *deadline* e a sequência dos acontecimentos, bem como se deram, pode ser longa e tornar as reportagens e a narrativa do telejornal entediante” (MAIA, 2011, p.11). Como meio de captura do receptor, a autora argumenta que os

telejornais buscam construir uma relação de identificação, um vínculo com o público que representa na tela. Assim, idealmente, este público seria a base norteadora dos fazeres jornalísticos em TV – o que justificaria a busca dos telejornais, na atualidade, por aproximação com o telespectador.

Este comportamento é facilmente percebido nos noticiários de TV ao observarmos, por exemplo, a postura de repórteres e apresentadores – cada vez mais à vontade em cena, sem a obrigação de seguir o *script* (roteiro a ser seguido ao longo do programa) - bem como o constante apelo dos telejornais para a participação de quem está do outro lado da tela: “envie sua pergunta”, “mande seu vídeo”, “veja em nosso site” (MAIA, 2011, p.9).

Todavia, com a nova Era do telejornalismo, os jornalistas tiveram que criar uma estratégia para se aproximar dos telespectadores (MAIA, 2011). De acordo com a autora, em busca do telespectador – tendo a proximidade como meta a fim de garantir a audiência (e, conseqüentemente, o patrocínio dos anunciantes) – os telejornalistas têm sido instigados a pensar uma forma diferente de fazer o noticiário de TV, com linguagem mais próxima e afetiva. “A ordem nas redações é ousar, criar, sem medo de errar; romper paradigmas por muitos anos cultivados, mas que têm se revelado ineficientes na conquista do telespectador na atualidade” (MAIA, 2011, p.9).

Atribuído a este novo período nasceu o jornalismo opinativo, com formato motivado pelo noticiário americano. Squirra (2012) analisa este cenário do seguinte modo:

A adoção do modelo de apresentação de telejornais com o uso do âncora trouxe a única mudança significativa na arte de difundir notícias no horário nobre da tevê brasileira. Experiência ainda não testada na Globo. No entanto, no SBT, o jornalista Boris Casoy, que, com certeza, é o primeiro âncora da TV no país, é hoje o *must* das referências e reconhecimento da importância dessa inovação no Brasil. Até a chegada desse modelo, todas as emissoras, mesmo as estatais, tinham no formato e estilo implantados pela Rede Globo o princípio televisivo a ser inquestionavelmente seguido (SQUIRRA, 2012, p.37).

Isto posto, Frazão (2007) faz uma crítica à influência que o telejornal tem sobre a sociedade. “A televisão contribui para contaminar a criticidade do público, impedindo que o telespectador consuma a notícia composta de realidade, para a partir de então fazer suas críticas ou ter uma opinião própria a respeito” (FRAZÃO, 2007, p.5). Assim não o faz, aponta a autora, já que recebe uma opinião pré-

formatada do apresentador de telejornal que, na maioria dos casos, faz parte do pequeno grupo de formadores de opinião no país. Herculano de Souza (1989) enaltece o debate e diz que o indivíduo não consegue desenvolver uma consciência crítica – a qual possibilitaria que ele se “defendesse” das manipulações e modos alienativos pregados pela TV – devido a uma “barreira” ideológica criada por uma pequena parcela da sociedade: os indivíduos de classe alta e o seletivo grupo de formadores de opinião.

3.2 OS FORMATOS DA NOTÍCIA NA TV

O formato de um programa pode variar de um para outro. Souza (2004) explica que isso se deve a fim de reunir elementos de vários gêneros e possibilitar o surgimento de outros programas. O desenvolvimento e a explosão dos formatos de TV no mundo têm sido um fenômeno extraordinário dos últimos anos em nível mundial para Souza (2004).

A cada dia é maior o número de canais que trocam imediatamente programas que não funcionam por outros mais interessantes, o que provoca uma concorrência feroz entre os formatos. As emissoras de todo o mundo procuram um formato “salvador da pátria” que resolva o problema de audiência em toda a temporada da programação. Os formatos são a base do êxito, mas muitas vezes é difícil distinguir o essencial do secundário, para apontar qual é o motivo do triunfo de um e porque ele é diferente de outro (SOUZA, 2004, p.47).

A partir dessa constatação, Souza (2004) destaca alguns exemplos de formatos existentes no meio televisivo. São eles:

Quadro 1 – Formatos televisivos

AO VIVO	AUDITÓRIO	CÂMERA OCULTA / PEGADINHAS
CAPÍTULO	DEBATE	DOCUMENTÁRIO
DUBLADO	ENTREVISTA	EPISÓDIO
ESQUETE	GAMESHOW	INSTRUCIONAL
INTERATIVO	LEGENDADO	MESA-REDONDA
MUSICAL	NARRAÇÃO EM OFF	NOTICIÁRIO

QUADROS	REPORTAGEM	REVISTA
SERIADO	TALK SHOW	TELEAULA
TELEJORNAL	TELETEXTO	TESTEMUNHAL
VIDEOCLÍPE	VINHETA	VOICE OVER

Fonte: José Aronchi de Souza (2004)

Porém, na televisão, temos formatos mais específicos e utilizados com mais frequência no telejornalismo, conforme Rezende (2009):

Quadro 2 – Formatos do telejornalismo

Nota	<ul style="list-style-type: none"> • Nota simples/ nota ao vivo: é o momento em que o apresentador lê o texto preparado pelo editor. • Nota coberta: É o momento em que o repórter ou apresentador narra enquanto as imagens são exibidas na tela para o telespectador.
Notícia	Do ponto de vista formal, a notícia é o relato de um fato mais completo do que a nota, por combinar a apresentação ao vivo e a narração em <i>off</i> coberta por imagens.
Entrevista	A entrevista se define como o diálogo que um jornalista mantém com um entrevistado, através do sistema de perguntas e respostas, com o objetivo de extrair informações, ideias e opiniões a respeito de fatos, questões de interesse público e/ou de aspectos da vida pessoal do entrevistado.
Reportagem	Em sua estrutura completa, constitui-se de cinco partes: cabeça, <i>off</i> , boletim, sonoras e nota pé, mas pode configurar-se também sem uma ou mais dessas partes. “A mais complexa e mais completa forma de apresentação da notícia na televisão”, a reportagem “tem texto, imagens, presença do apresentador, do repórter e de entrevistados” (MACIEL, 1995, p. 60).
Indicador	É o jornalismo de serviço. Esses indicadores podem ter um caráter permanente, caso das previsões meteorológicas, números do mercado financeiro e informações de condições de trânsito; ou temporário, a exemplo dos resultados de pesquisas eleitorais.

Fonte: Guilherme Jorge de Rezende (2009)

3.2.1 A força do texto

Uma das principais particularidades da televisão é a instantaneidade com que a informação chega ao telespectador. Segundo Paternostro (2006), o receptor deve

"pegar a informação de uma só vez". Se isso não acontece, o objetivo de quem está escrevendo, ou seja, transmitindo a informação, fracassa. Em concordância com esta explicação, Barbeiro (2013) salienta que o texto jornalístico, seja em veículo impresso ou eletrônico, deve ser claro, conciso, direto, preciso, simples e objetivo. São normas universais de absoluto consenso na TV, no rádio, na internet, em jornal ou revista, enfim, em qualquer plataforma. O autor ainda deixa uma boa dica quanto à escrita: nunca inicie uma frase com gerúndio. Cuidado também merece o "queísmo", ou seja, uso excessivo do "que", principalmente numa mesma frase, pois isso prejudica o ritmo e empobrece o texto.

Conforme Paternostro (2006), para escrever um texto de TV, precisamos saber quais as imagens disponíveis que temos para serem coordenadas com as informações. Não podemos escrever uma palavra que seja sem conhecer as imagens, ignorando-as. Temos de levar em conta que estamos trabalhando primordialmente com a imagem. Sem ela, estaremos fazendo rádio, revista ou jornal. A maior dificuldade no telejornal é fazer com que texto e imagem se completem. A autora ressalta que o texto deve ter a ver com o que está sendo mostrado ou não terá razão de existir, ou seja, perderá sua função. O papel da palavra não é brigar com a imagem. A mensagem que vai atingir as pessoas depende do jornalista que a escreve. "Por isso, o que importa é realizarmos o nosso trabalho com independência, honestidade, isenção, imparcialidade, ética e respeito aos seres humanos. A busca da verdade não termina jamais" (PATERNOSTRO, 2006, p.76).

Rer ler o que está sendo visualizado pelo público deve ser esquecido. Não tem por que explicar o que está sendo mostrado. Além de ser tedioso, torna-se desagradável. Paternostro (2006) esclarece que a narrativa da matéria vai se tornar redundante e cansativa. Para se associar à imagem — sem redundância — o texto deve identificar os elementos fundamentais da notícia. Aliás, isto é uma prioridade de qualquer texto jornalístico — independentemente do estilo, formas ou veículo. No entanto, as respostas ideais para as perguntas do *lead* (o que?, Quem?, Quando?, onde?, Como?, Por quê?) Devem ser sucintas, esclarecedoras, simples e devem coincidir com a imagem (PATERNOSTRO, 2006).

A esses ingredientes devemos acrescentar algo que muitas vezes está no próprio jornalista: a emoção. Na prática do trabalho com imagem, a sensibilidade também se desenvolve. Unir imagem, informação e emoção são uma boa saída para transmitir a notícia com a qualidade ideal. E cada

um que escreve para TV deve ainda encontrar um estilo padronizado que encontramos na televisão brasileira (PATERNOSTRO, 2006, p.86-87).

Segundo Barbeiro (2013), a repetição de palavras na TV, desde que na medida certa, ajuda na compreensão da notícia. Essa é uma questão de bom senso, pois tanto a repetição desnecessária quanto a ansiedade de buscar um sinônimo podem empobrecer o texto. Deve-se tomar especial cuidado com os cacófatos – encontro de sílabas de palavras diferentes que pode formar som desagradável ou palavras obscenas. O autor expõe exemplos como: “boca dela”, “confisca gado”, “de então”, “ela tinha marca”, “gol nunca” e “ganhou por cada”.

“Além dos conceitos teóricos, acredito que a prática, o trabalho suado e exaustivo pode nos tornar grandes poetas do texto na TV” (PATERNOSTRO, 2006, p.76). A autora garante que vale a pena ser jornalista, levar informação ao telespectador, nem sempre atento lá do outro lado da telinha e, dessa forma, transmitir conhecimento.

3.2.2 A força da imagem

“A televisão é, até os nossos dias, o mais “poderoso” meio de comunicação de massas. Ela engloba na sua linguagem som e imagem, mas é nesta última que concentra o seu maior poder” (SIMÃO e FERNANDES, 2007, p.9). Os autores frisam que, na construção duma peça jornalística para televisão, é na imagem que vai assentar o maior poder. Por isso, o jornalista deve ser capaz de compreender as necessidades para recolher uma boa imagem e qual o significado de cada imagem. Segundo eles, no trabalho final, a imagem e o texto em voz (*off*) devem ser apenas um elemento com o mesmo significado semântico. Paternostro (2006) complementa e diz que estamos em um mundo comandado pela imagem, e que por causa da alta tecnologia ela está cada vez mais presente em nossas vidas. Já conhecemos muito bem o poder de uma imagem e o quanto ela impacta quando carrega informação e emoção. Ela trai, envolve, domina, conduz-nos e eterniza na memória.

As imagens são o principal fator no meio televisivo. Sem imagem, não se faz TV. Para Paternostro (2006) as imagens precisam ser boas, fortes, contundentes.

Característica fundamental na matéria da tevê pois, de acordo com a autora, quando o telespectador liga a televisão para assistir a um telejornal ele quer se informar, saber as notícias. “E sabe que será por meio da imagem. Muitas vezes, quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre a palavra. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção” (PATERNOSTRO, 2006, p.85).

O uso da imagem na televisão afeta diretamente o lado emocional do telespectador devido ao conjunto visão-audição utilizado neste meio. Paternostro (2006) frisa que, dependendo da intensidade da força, uma imagem que aparece no ar por escassos 15 segundos permanece na mente do telespectador por muito tempo, às vezes para sempre. A autora alega que, se a televisão se impõe pela informação visual, ela prende a atenção do telespectador pela informação sonora. São características próprias de sua natureza como meio de comunicação. O ritmo contundente, às vezes, agressivo e voraz, das transmissões jornalísticas também é uma das marcas desse veículo. Negrini e Augustini (2013) exemplificam essa tese com base no acidente do voo 3054 da TAM em 2007. Segundo os autores, o choro dos parentes das vítimas foi captado por todos os ângulos possíveis, enquanto repórteres questionavam estas pessoas sobre questões da vida dos que morreram. Tal cenário nos remete à visibilidade proveniente da espetacularização da informação.

A falta de tempo dos telejornais para pensar nas imagens faz com que o público anseie por uma programação diferenciada. Um dos principais motivos é a superposição das imagens e sonora rápida (CALAZANS, 2006).

A saturação subliminar é resultante da falta de tempo para pensar nas imagens. Esse é o ritmo do videoclipe e até do telejornalismo, cuja força manipuladora reside na rapidez com que é transmitida muita informação diversificada, passando no subtexto, nas entrelinhas, toda uma visão de mundo ou ideologia das agências de notícias que selecionaram o material distribuído (CALAZANS, 2006, p.49).

Paternostro (2006) cita a entrevista de Armando Nogueira, onde ele diz que “a gente devia ser muito contido no uso da palavra para valorizar a imagem. Ao longo do tempo, repensei esse meu juízo, porque cheguei à conclusão, simplificando meu pensamento, de que, se a imagem mostra, só a palavra esclarece”

(PATERNOSTRO, 2006, p.73). No caso em que não se é possível conseguir uma imagem para contribuir em uma reportagem, o telejornalismo brasileiro dispõe de algumas estratégias. Paternostro (2006) conta que existe um recurso de arte muito utilizado nos Estados Unidos que, quando não são permitidos câmeras e microfones dentro de um tribunal onde está acontecendo um julgamento de grande mobilização, um desenhista pode reproduzir as cenas e os desenhos passam a ser as imagens do texto jornalístico, de forma que o telespectador tenha como visualizar a informação que está recebendo. O que concluímos aqui é que a imagem realmente deve ser uma preocupação constante na matéria, desde a elaboração da pauta, em todas as etapas da produção, até a edição final. Não podemos conceber uma reportagem de TV sem a presença da imagem. Squirra (2004) reforça essa ideia ao dizer que o editor da notícia em TV é responsável por equilibrar a imagem com o texto e sua interação. De acordo com o autor, a notícia na televisão deve ser mostrada da forma mais objetiva e compreensível possível. Mas a melhor das edições pode não alcançar seu intento se for apresentada de forma monótona, vazia ou sem criatividade. “A mais importante notícia de um telejornal, ou mesmo o telejornal todo, pode não interessar o telespectador se não for editada de forma concisa e atraente. É preciso, além da boa edição da notícia, usar a variedade na estruturação das matérias e no telejornal” (SQUIRRA, 2004, p.99).

3.3 CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE NA TV

Entendemos que, para uma notícia ser publicada, ela passa por diversas revisões pelo jornalista até ser concluída sua devida relevância para seu público-alvo e também para a sociedade. Amaral (2006) explica que, para se tornar notícia, todo acontecimento passa pelo julgamento dos jornalistas e deve ter determinadas qualidades, conhecidas como valores-notícia. Os valores-notícia, conforme Amaral, são sistematizados de diversas maneiras pelos autores que estudam a sociologia da profissão jornalística. Não são valores fixos, variam e se misturam permanentemente. Mas são uma maneira de organizar a análise de como um fato é elevado ao estatuto de notícia em cada jornal.

O conceito de valor-notícia está relacionado à notícia como construção social (Silva (2004) salienta que o sistema de critério de noticiabilidade se restringe a três setores: critérios de noticiabilidade na origem do fato, critérios de noticiabilidade no tratamento dos fatos e critérios de noticiabilidade na visão dos fatos.

Pela perspectiva de Silva (2004), noticiabilidade (*newsworthiness*) é como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e, ainda, circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. Visto isso, Pereira Júnior (2001) acrescenta que os valores-notícia servem para tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico. De acordo com o autor, os valores-notícia asseguram a escolha entre um e outro assunto de forma que o profissional jornalista tenha como certa a decisão feita. No processo de produção da notícia, os valores-notícia ganham significados diferentes diante das mudanças que acontecem na esfera informativa.

No jornalismo, os conceitos de fundamentação da seleção de notícias tem sido o principal questionamento dos profissionais da área nos últimos anos. Conforme Silva (2004), o uso de conceitos comuns entendidos de maneira muito diversa tem dificultado a sistematização de ideias basilares no estudo da produção noticiosa. Com frequência, empregam-se como sinônimos os conceitos de noticiabilidade, valores-notícia e seleção de notícias. Interessa-nos aqui, como a primeira das três etapas de um estudo em andamento, situar valores-notícia e seleção de notícias como conceitos específicos pertencentes ao universo mais amplo do conceito de noticiabilidade. No entanto, para Michel Schudson (1978 *apud* CORREIA, 1997), a criação das notícias é sempre uma interação de repórter, diretor, editor, constrangimentos da organização da sala de redação, necessidade de manter os laços com as fontes, os desejos da audiência, as poderosas convenções culturais e literárias dentro das quais os jornalistas, frequentemente, operam se as pensar.

No caso do telejornal, o critério valor-notícia diferencia um pouco dos outros casos. Curado (2002), salienta que a valoração de informações ultrapassa o processo de captação de notícias. Mesmo depois de uma informação ter passado

pelos filtros da redação, deverá ser julgada outras vezes até ir ao ar. A notícia muda de valor conforme sua disposição nos blocos do programa jornalístico. A autora explica que os fatos fortes devem abrir o telejornal, enquanto que as matérias denominadas leves fazem o encerramento.

Mas, então, voltemos à pergunta que tanto intriga os jornalistas. Por que alguns acontecimentos viram notícia e outros não? Isso acontece por causa do *gatekeeper*. Este é uma espécie de porteiro que seleciona todas as notícias que entram na redação e filtra-as com relevância, selecionando o que será noticiado. Pena (2006) explica que, diante de um grande número de acontecimentos, só vira notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o *gatekeeper*), que é o próprio jornalista. “Ele é o responsável pela progressão na notícia ou por sua ‘morte’, caso opte por não deixá-la prosseguir, o que significa evitar a publicação” (Pena, 2006, p.133). É *gatekeeper*, por exemplo, a falta de espaço para publicar, desculpa costumeira de editores para recusar pautas, relata Pereira Junior (2006). O autor diz que a sobreposição com histórias já selecionadas na edição é outro *gatekeeper*, assim como alegar falta de interesse jornalístico na matéria. Dizer que falta boa escrita a um texto é álibi de edição, assim como afirmar que a pauta diária é demasiado afastada da cobertura habitual do veículo.

Ao abordar essa seleção de notícias, Soares e Oliveira (2007) destacam os estudos sobre *newsmaking*, que procuram abordar o processo de construção da notícia como um fenômeno de interesse social. A investigação científica sobre o jornalismo e as notícias é feita por uma corrente designada *communication research* ou *media research*. As autoras relatam que, dentro dessa corrente, os estudos sobre *newsmaking* tratam os meios de comunicação como emissores de mensagens socialmente produzidas. Na produção dessa mensagem, refletem-se as rotinas produtivas dos profissionais jornalistas. “O cotidiano é marcado por acontecimentos regionais, nacionais e internacionais. Muitos atingem diretamente à sociedade, desde um acréscimo no preço do tomate a uma grande catástrofe” (SOARES; OLIVEIRA, 2007, p.1).

“É notável que entre o tratamento que a notícia recebe em cada meio, como o espaço e o tempo, elegem-se também valores-notícia para definir a hierarquia dos fatos em sua apresentação final” (WOLF, 1995, p.175). O autor chama de

noticiabilidade o conjunto de elementos com os quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos para selecionar as notícias. Segundo ele, os valores dados às notícias denominados valores-notícia são componentes dessa noticiabilidade, que tem o objetivo de permitir a definição de que fatos serão noticiados pelo veículo. Silva (2004) argumenta que a necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para a publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia-a-dia. “Frente a um volume tão grande de matéria-prima, é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia” (SILVA, 2004, p.54). Como sugestão, a autora expõe uma tabela operacional que possibilita análises de acontecimentos noticiosos selecionados/selecionáveis por diferentes veículos da imprensa. Segue a listagem abaixo:

Quadro 3 – Análise de aspectos selecionados pela imprensa

IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINÊNCIA Notoriedade Celebridade Posição hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração	CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reivindicação
POLÊMICA Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural

SURPRESA Inesperado	TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte Violência/Crime Suspense Emoção Interesse humano
GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações Apreensões Decisões judiciais Crimes

Fonte: Gislene Silva (2004)¹

4 COBERTURA DE TRAGÉDIAS NO TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Nos últimos dez anos, o telejornalismo brasileiro levou aos telespectadores casos polêmicos que chocaram a população. O site Uol (2015) fez uma lista com os principais crimes, relembando-os. São eles:

Quadro 4 – As principais tragédias nos últimos 10 anos

A morte do índio Galdino – 1997 Galdino Jesus dos Santos foi queimado vivo enquanto dormia em um ponto de ônibus em Brasília, na madrugada de 20 de abril de 1997. Horas depois, o líder indígena morreu em decorrência dos graves ferimentos que sofreu. Santos estava na capital brasileira por conta do Dia do Índio. Os assassinos foram 5 homens de classe média, sendo 4 deles maiores de idade. Todos foram condenados. Duas esculturas lembram a morte do indígena no local, até os dias de hoje, como um memorial.
Os crimes do Maníaco do Parque – 1998 O motoboy Francisco de Assis Pereira ficou conhecido como Maníaco do Parque após uma série de crimes cometidos por ele em 1998 no Parque do Estado, em São Paulo. Francisco se fingia de agente de modelos e, após convencer as vítimas, as levava para o Parque, onde cometia estupros e assassinatos. De acordo com a condenação, dez mulheres foram mortas e outras nove foram estupradas e roubadas. Entretanto, o próprio Francisco afirma ter matado ao menos 11.
O atirador do cinema – 1999 Mateus da Costa Meira tinha 24 anos e cursava o sexto ano de Medicina em São Paulo quando ficou conhecido em todo o país pelo macabro ato que fez: abriu fogo com uma submetralhadora contra a plateia de um cinema no Morumbi. Era uma noite de novembro de 1999 e "Clube da Luta" era o filme exibido. Mateus foi condenado, na época, a 120 anos e seis meses, mas a pena foi alterada em 2007. No atentado, três pessoas morreram e quatro ficaram feridas.
O ex-namorado assassino de Sandra Gomide – 2000 Sandra Gomide era uma jornalista de 32 anos quando foi morta no ano 2000 no haras do pai, em São Paulo. O assassino foi o ex-namorado, Antônio Marcos Pimenta Neves, de 63 anos, diretor de redação do jornal O Estado de S. Paulo. O crime foi motivado pela não aceitação do término do relacionamento e por Sandra estar apaixonada por outra pessoa. Neves foi condenado a 19 anos,

¹ Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs>>
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/27944232744219019527870145197533508038.pdf>>. Acesso em: 20 de abril de 2016.

2 meses e 12 dias de prisão. Ainda cumpre pena.
Ônibus 174 – 2000
Mais dramático caso de sequestro de ônibus no Brasil, o Gávea-Central, linha 174, foi tomado pelo sobrevivente da Chacina da Candelária Sandro Barbosa do Nascimento. No dia 12 de junho de 2000, no Jardim Botânico, Rio de Janeiro, Sandro assaltou um coletivo e manteve 11 reféns após ser interceptado por um carro da polícia. Depois de muita negociação com o Bope, o Batalhão de Operações Especiais, o homem saiu com uma arma apontada para a professora Geisa Gonçalves. Tudo era acompanhado ao vivo por horas na televisão quando um soldado resolveu atirar em Sandro, mas acertou em Geisa, de raspão. O bandido matou a professora e acabou asfixiado no carro da polícia. Os policiais foram absolvidos pela morte de Sandro. O caso rendeu um documentário assinado por José Padilha.
O caso do jornalista Tim Lopes – 2002
A TV Globo se viu inserida em uma tragédia em 2002. Um dos profissionais, o jornalista Tim Lopes, foi capturado e torturado por criminosos até a morte na favela Vila Cruzeiro, no Rio de Janeiro. O assassinato aconteceu em meio a uma investigação sobre ilegalidades em bailes funk. Tim teve a morte decretada pelo traficante Elias Maluco, que comandava os outros.
Caso Richtofen – 2002
Suzane Louise von Richtofen mandou matar os próprios pais na madrugada do dia 31 de outubro de 2002 no Brooklin, bairro nobre de São Paulo. Os assassinos foram Daniel e Christian Cravinhos, sendo o primeiro deles namorado de Suzane. As famílias não aceitavam o relacionamento, segundo dizem, e o trio arquitetou um plano para simular latrocínio, roubo seguido de morte, com o objetivo de receber a herança de Manfred e Marísia von Richtofen. Os criminosos foram condenados. Em março deste ano, a Justiça de São Paulo oficializou a exclusão de Suzane da herança dos pais, que ficará apenas com o irmão, Andreas Albert von Richtofen.
As mortes brutais de Liana Friedenbach e Felipe Caffé – 2003
Em novembro de 2003, Liana Friedenbach, de 16 anos, e Felipe Caffé, de 19, decidiram acampar em uma área isolada na região da Grande São Paulo, sem os pais saberem. Rendidos por criminosos na barraca, foram vendados e levados a um cativeiro. Ambos foram torturados e mortos. Liana foi abusada sexualmente. Cinco homens foram condenados a partir da investigação.
Farah Jorge Farah matou a amante – 2003
Maria do Carmo Alves, 46, foi assassinada em janeiro de 2003 pelo cirurgião Farah Jorge Farah, 53, com quem teria um relacionamento amoroso de 20 anos. O corpo foi esquartejado e escondido, sendo encontrado apenas três dias depois. O criminoso teria confessado o crime à sobrinha, que o denunciou. Foi condenado a 16 anos de prisão em maio no ano passado.
Caso Gil Rugai – 2004
O estudante de 29 anos Gil Rugai matou o pai e a madrasta na zona oeste de São Paulo com 11 tiros. O assassinato de Luiz Carlos Rugai e Alessandra de Fátima Troitino foi em março de 2004. Segundo a investigação, Gil teria sido expulso de casa por desfalcar R\$ 25 mil da empresa do pai. O assassino foi reconhecido por um vigia e está preso.
A morte da missionária Dorothy Stang – 2005
Irmã Dorothy era uma missionária norte-americana e naturalizada brasileira. Foi assassinada aos 73 anos, em 2005, em uma estrada próxima a Anapu, no Pará, onde atuava na promoção do desenvolvimento de projetos sustentáveis. Foi mais uma das mortes causadas por conflitos de terra no Brasil. Quatro pessoas foram condenadas, entre elas um fazendeiro da região.
Morte de João Hélio – 2007
O dia 7 de fevereiro de 2007 ficou marcado para sempre nos brasileiros, após o brutal assassinato de um menino de seis anos. João Hélio Fernandes foi arrastado por sete quilômetros durante um assalto no Rio de Janeiro, pois não conseguiu sair do carro da família, roubado naquele momento. Cinco pessoas foram condenadas pelo crime, sendo uma delas adolescente. João Hélio estava com a mãe, Rosa Cristina Fernandes, e a irmã Aline, de 13 anos.
Caso Isabella Nardoni – 2008
No dia 29 de março de 2008, uma menina de então cinco anos de idade foi arremessada da janela do Edifício London, em um bairro da zona norte de São Paulo. Isabella de Oliveira Nardoni morreu após ser defenestrada do sexto andar do prédio. O pai Alexandre Nardoni e a madrasta Anna Carolina Jatobá foram condenados à prisão. A garota teria sido agredida até desmaiar e jogada por pensarem que ela havia morrido. Isabella passava o final de semana com ambos e com outros dois irmãos, mais novos. Em dezembro de 2014 e em abril deste ano, duas testemunhas que

trabalham no sistema prisional disseram ter ouvido conversas que colocam o pai de Alexandre, avô de Isabella, também em suspeita. Detetives investigam a versão.
O cárcere de Eloá Pimentel – 2008
Uma adolescente de 15 anos emocionou o país no mais longo caso de cárcere privado da história de São Paulo. Eloá Cristina Pimentel foi mantida refém junto com outros três amigos por Lindemberg Alves Fernandes, 22, ex-namorado da jovem. O trágico final foi no dia 17 de outubro de 2008, com o assassinato de Eloá, que chegou a ir a um hospital, mas não resistiu e teve morte cerebral. Lindemberg atirou contra reféns após a polícia invadir o imóvel onde se encontravam. Foi condenado. Ao todo, foram cinco dias de negociação. Os órgãos de Eloá foram doados pela família.
Massacre em Realengo – 2011
A Escola Municipal Tasso da Silveira, em Realengo, no Rio de Janeiro, foi palco de momentos de terror em abril de 2011. Às oito e meia da manhã de uma quinta-feira que poderia ser igual a qualquer outra, doze estudantes foram assassinados e outros doze ficaram feridos após um ex-aluno de 23 anos abrir fogo contra eles. Um policial militar surpreendeu Wellington Menezes de Oliveira com um tiro na barriga, fazendo-o cair da escada. O atirador se matou com um tiro na cabeça e foi enterrado como indigente.
Assassinato de Patrícia Acioli – 2011
A juíza Patrícia Acioli foi morta com 21 tiros no dia 12 de agosto de 2011 por policiais que enfrentavam um julgamento por parte dela. Patrícia combatia o crime organizado e a corrupção e, por isso, tinha o nome em uma lista de doze pessoas marcadas para morrer. A juíza foi morta por dois homens ao chegar à própria casa, em Niterói, região metropolitana do Rio de Janeiro. Onze policiais foram condenados.
Caso Matsunaga – 2012
Marcos Kitano Matsunaga, de 41 anos, foi assassinado com um tiro pela mulher, Elize Araújo Kitano Matsunaga, de 30, em maio de 2012. Elize confessou ter esquartejado o corpo e ocultado as partes em malas de viagem. Marcos era executivo da empresa de alimentos Yoki. O crime aconteceu no apartamento do casal, em São Paulo, e o corpo foi encontrado em Cotia (SP). Segundo a mulher, o assassinato foi motivado por uma traição conjugal.
Boato na internet gera assassinato – 2014
Fabiane Maria de Jesus, de 33 anos, teve a vida ceifada após ser confundida com uma suposta sequestradora de crianças para a prática de magia negra. A dona de casa foi linchada em 3 de maio de 2014 no Guarujá, São Paulo, e levada já em estado grave a um hospital por policiais militares, mas não resistiu e morreu dois dias depois. A mulher tinha dois filhos e era casada há 17 anos. A polícia não tinha registros de desaparecimentos na região. Cinco pessoas foram presas.
A frieza no assassinato do menino Bernardo – 2014
Bernardo Boldrini era um garoto de apenas 11 anos quando foi assassinado no dia 4 de abril de 2014. O corpo foi encontrado dez dias depois, em uma cova na área rural de um município do Rio Grande do Sul. A Polícia Civil afirma que o menino foi morto por superdosagem de um sedativo, dado pela madrasta de Bernardo, Graciele Ugulini e por uma amiga dela, Edelvânia Wirganovicz. Leandro Boldrini, pai da criança, e Evandro Wirganovicz, irmão de Edelvânia, também foram presos por envolvimento no crime. O Ministério Público pediu a reabertura da investigação da morte da mãe de Bernardo, Odilaine Uglione, encontrada morta com um tiro na cabeça na clínica do então marido Leandro, no dia 10 de fevereiro de 2010. A carta de suicídio pode ter sido forjada, de acordo com investigações.

Fonte: site Uol (2015)²

E, também, o caso Eliza Samudio, que ocorreu em 2010, envolvendo o goleiro do Flamengo Bruno Fernandes e a modelo Eliza Samudio, no qual abordaremos com mais profundidade ainda neste capítulo.

² Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/bol-listas/relembre-22-crimes-que-chocaram-o-brasil.htm>>. Acesso em: 31 de maio de 2016.

4.1 INTERESSE PÚBLICO E INTERESSE DO PÚBLICO

Notícia é um fato que tenha importância perante um grande número de leitores. Na dúvida entre uma matéria ou outra, a melhor é a que prestar um serviço à sociedade. Na concepção de Chaparro (1997), o inviolável direito de cada um à sua privacidade apenas cede perante o interesse público. Mas o interesse público não se confunde com tudo o que eventualmente interessa ao público. Começemos pelo interesse do público. O autor sugere que os jornais e os programas de sucesso na rádio e na televisão sabem muito bem o que interessa ao público. Nem é isso que separa ou diferencia o jornalismo dito sério do jornalismo chamado de sensacionalista.

Se a intenção controla conscientemente o fazer, e se a ação – como acontece no jornalismo – está na esfera do interesse público, então a intenção impõe o caráter moral ao fazer, e esse caráter moral, determinante da natureza e do desenvolvimento da ação, deve estar conectada a um princípio ético orientador – sem o que a ação jornalística não cumprirá a contento sua função social (CHAPARRO, 1994, p.116).

É sabido que o público, muitas vezes cansado da rotina de trabalho, tem preferência clara pelo entretenimento, seja a novela ou o jogo de futebol, salienta Morão (2016). Entretanto, o autor argumenta que, independente do momento, cabe ao jornalismo avaliar sempre sua responsabilidade social. Morão (2016) comenta o caso que aconteceu na imprensa portuguesa no momento que o país sediava evento esportivo. Pedro Santana Lopes, ex-primeiro-ministro de Portugal, estava dando entrevista ao vivo no estúdio do canal privado português SIC Notícias. Ele comentava as eleições do país no momento em que foi interrompido para a transmissão da chegada do treinador de futebol José Mourinho a Lisboa, recentemente demitido pelo clube inglês Chelsea. Após isso, Lopes não quis mais dar entrevista. A partir disso, o autor faz uma reflexão: Quais são as prioridades noticiosas da mídia no Brasil? O que é mais importante: “interesse público” ou “interesse do público”? Como resposta a essa indagação, Morão (2016) diz que é cômodo culpar a população de desinteresse pelos assuntos sociais importantes e ao mesmo tempo dar preferência ao que não é importante. Entretanto, os bons valores

e práticas não podem ser abandonados pela mídia que diariamente informa o cidadão.

Todavia, Oliveira (2012) defende que, nos dias atuais, o consumo de informação se dá basicamente por programas de entretenimento ou programas jornalísticos que apoiam suas produções em matérias de variedades ou as chamadas *fait divers*. Dion (2007) explica que um *fait divers* significa igualmente uma notícia de pouca importância, um fato insignificante oposto à notícia significativa e ao acontecimento histórico. “Pode-se dizer, querendo minimizar a importância de um acontecimento: “é apenas um *fait divers*!”, ou querendo valorizar uma notícia: “não é um simples *fait divers*!” (DION, 2007, p.3)

Ou seja, Oliveira (2012) declara que há uma espécie de exclusão aos vários fatos que norteiam o país, sendo a maioria destes casos de interesse público. Em contrapartida, predominam as matérias não analíticas, de puro entretenimento, sem anseios de justiça. Segundo a autora, o telespectador, neste aspecto, deixa de ser um possível agente de mudança na sociedade, após ter recebido o impulso do noticiário, para ser um apreciador de variedades, alguém que busca a informação por curiosidade ou diversão. A televisão, por seu poder de captação, tende a desfrutar mais dos *fait divers* devido ao maior interesse do público nessa categoria (OLIVEIRA, 2012). A autora esclarece que, por depender de materiais noticiosos que tenham imagem para divulgação, os telejornais acabam por deixar de lado assuntos importantes e interpretativos para o entendimento da sociedade e que contribuem diretamente para a opinião pública. Também por causa disso, os *fait divers* se tornam cada vez mais opção para as edições diárias dos telejornais. “Com isso, o jornalismo, como função geral, se insere num contexto complexo que o compromete. Ao invés de prezar pela formação cívica de seus destinatários e de informar para fortalecer a democracia, o jornalismo se confunde com o entretenimento e nega a sua deontologia” (OLIVEIRA, 2012, p.7).

4.1.1 Um olhar sobre o caso Eliza Samudio no Jornal Nacional

A modelo Eliza Samudio, 25 anos, teve um curto caso com o goleiro do clube Flamengo, Bruno Fernandes. Porém, em 2009, Eliza denunciou o jogador por tentar

fazê-la tomar comprimidos abortivos à força para perder o suposto filho do atleta. Sem sucesso, e com o filho, Bruninho, na época com quatro meses, Eliza entrou com um processo judicial para Bruno reconhecer a paternidade da criança. Mas, depois desse ciclo tempestuoso, a modelo foi convidada para morar em Minas Gerais, mais perto de Bruno e sua família. Eliza aceitou o convite. Segundo o *site* Memória Globo, o motivo da viagem era a promessa de um apartamento e do reconhecimento de paternidade do filho. Eliza embarcou com a criança no carro do goleiro. Ao volante, estava Luiz Henrique Romão, o Macarrão, secretário e melhor amigo de Bruno. Um menor armado se escondia no porta-malas.

De acordo com o veículo, a violência contra a moça começou ainda na viagem. Com o carro em movimento, o adolescente pulou para o banco de trás e rendeu Eliza. Após levar coronhadas na cabeça, mãe e filho foram levados para o sítio, onde ficaram sob vigilância dos comparsas do jogador até o dia 10 de junho. Neste período, Bruno visitou o sítio. Ainda no dia 10, Eliza foi levada para a casa de Marcos Aparecido dos Santos, conhecido como Bola, um ex-policia civil que já tinha envolvimento em outros crimes.

O *site* Memória Globo expõe que, segundo relatos dos envolvidos, que constam no inquérito policial e também no processo penal, Bola teria matado Eliza Samudio. No dia 06 de julho, Bola e Bruno tiveram a prisão preventiva decretada e se entregaram no dia seguinte na delegacia do Rio de Janeiro. No dia 8, os comparsas foram transferidos para o presídio de Minas Gerais. Conforme informações do *site* Terra, além de Bruno, Bola e Macarrão, também estavam envolvidos:

Quadro 5 – Relação dos envolvidos no caso

Dayanne Rodrigues do Carmo de Souza	Mulher de Bruno, Dayanne foi a primeira pessoa a ser presa no caso, no dia 7 de julho, acusada de esconder o filho de Eliza durante buscas da polícia no sítio do jogador.
Elenilson Vítor da Silva	Caseiro do sítio de Bruno e primo de criação de Macarrão. Elenilson afirmou em depoimento à polícia que levou comida para Eliza Samudio e o filho dela durante o suposto cativeiro no sítio do goleiro Bruno. Foi preso no dia 9 de julho em Igarapé, na região metropolitana de Belo Horizonte (MG). Foi denunciado por homicídio, sequestro, cárcere privado, ocultação de cadáver, formação de quadrilha e corrupção de menores.

Sérgio Rosa Sales, o Camelo	Primo do Bruno, Sales também foi preso no dia 7 de julho. Ele afirmou, em depoimento, que viu Eliza e o filho dela no sítio de Bruno, e que ela apresentava ferimentos.
Flávio Araújo, o Flavinho	Perueiro e motorista de Bruno, foi preso no dia 9 de julho em Igarapé (MG), junto com Elenilson e Wemerson Marques de Souza, o Coxinha. Segundo a polícia, teria ajudado a mulher do jogador, Dayanne de Souza, a levar o filho de Eliza Samudio a Ribeirão das Neves (MG), depois que a polícia recebeu denúncia do desaparecimento da jovem. Flavinho teria participado ainda de uma tentativa de despistar testemunhas para que Bruno e Eliza não fossem vistos juntos no sítio do jogador. Foi denunciado por homicídio, sequestro, cárcere privado, ocultação de cadáver, formação de quadrilha e corrupção de menores.
Wemerson Marques de Souza, o Coxinha	Teria acompanhado Flavinho quando a mulher de Bruno, Dayanne de Souza, entregou o bebê para ser escondido em Ribeirão das Neves (MG). Também foi preso no dia 9 de julho. Foi denunciado por homicídio, sequestro, cárcere privado, ocultação de cadáver, formação de quadrilha e corrupção de menores.
Fernanda Gomes de Castro	Amante de Bruno, foi presa em 5 de agosto na casa dos pais de Luiz Henrique Romão, o Macarrão, em Ribeirão das Neves (MG). De acordo com as investigações, foi ela quem cuidou do filho de Eliza por dois dias na casa do jogador, no Recreio dos Bandeirantes, no Rio, para onde a jovem teria sido levada antes de seguir para o sítio do goleiro, em Minas Gerais. Mãe de um menino de 13 anos, ela teria mantido um relacionamento de quatro meses com o goleiro após se conhecerem no bar Rock Bola, em Santa Cruz. Depois da prisão, Fernanda chegou a passar mal na Penitenciária Feminina Estevão Pinto e foi levada para um hospital com sangramento. No entanto, exames médicos afastaram a possibilidade de que ela estivesse grávida de Bruno. Foi denunciada por homicídio, sequestro, cárcere privado, ocultação de cadáver, formação de quadrilha e corrupção de menores.

Fonte: Site Terra³

De acordo com o *site* Memória Globo, Bruno confessou o assassinato de Eliza Samudio. Jorge, seu primo, disse a ele que, quando entregou Eliza ao executor, Macarrão chutou as pernas dela, Bola deu uma gravata na moça e a estrangulou. O corpo foi esquartejado e os restos mortais, jogados para os cães.

³ Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/brasil/policia/veja-quem-e-quem-no-caso-bruno,ee52dc24bfe9a310VgnCLD20000bbcceb0aRCRD.html>> Acesso em: 11 de abril de 2016

Foram feitas inúmeras buscas, mas até hoje não foram encontrados indícios do corpo de Eliza.

Após isso, o jogador Bruno Fernandes foi condenado a 22 anos e 3 meses pelo assassinato e ocultação de cadáver de Eliza Samudio e também pelo sequestro e cárcere privado do filho, Bruninho. A pena é de 17 anos e 6 meses em regime fechado por homicídio triplamente qualificado (por motivo torpe, asfixia e uso de recurso que dificultou a defesa da vítima), outros 3 anos e 3 meses em regime aberto por sequestro e cárcere privado e ainda mais 1 ano e 6 meses por ocultação de cadáver, conforme *site* G1. A pena aumentou porque o goleiro foi considerado o mandante do crime, e reduzida pela confissão do jogador.

O réu Marcos Aparecido dos Santos, o Bola, foi condenado a 22 anos de prisão pela morte de Eliza Samudio e pela ocultação do cadáver da ex-amante do goleiro Bruno. A pena, lida pela juíza Marixa Fabiane Rodrigues Lopes na noite do dia 27 de abril, determina 19 anos de prisão em regime fechado pelo homicídio e mais três anos de prisão em regime aberto pela ocultação do cadáver, divulga o veículo. O *site* também anuncia que Dayanne Rodrigues, ex-mulher do jogador, foi absolvida da acusação de sequestro e cárcere privado do bebê. Luiz Henrique Ferreira Romão, o Macarrão, foi condenado a 15 anos de prisão - pena mínima por homicídio qualificado em razão de sua confissão. Conforme a sentença da juíza Marixa Fabiane Lopes Rodrigues, Macarrão foi condenado a 12 anos em regime fechado por homicídio triplamente qualificado (por motivo torpe, asfixia e uso de recurso que dificultou a defesa da vítima) e mais três anos em regime aberto por sequestro e cárcere privado. Ele foi absolvido da acusação de ocultação de cadáver. Fernanda Gomes de Castro, ex-namorada do goleiro, foi condenada a 5 anos de prisão dos crimes de sequestro e cárcere privado de Eliza Samudio e de seu filho, Bruninho. Foi condenada à pena de 2 anos e 3 anos respectivamente, ambas em regime aberto. Elenilson foi condenado a três anos em regime aberto, e Wemerson a dois anos e meio, também em regime aberto, publicou o *site* G1.

5 ANÁLISE

A metodologia utilizada neste trabalho é a análise de conteúdo, que tem como natureza a pesquisa qualitativa e quantitativa. No entanto, neste trabalho iremos abordar a análise qualitativa. Conforme Moraes (1999), o termo “análise de conteúdo” é utilizado para descrever e interpretar o conteúdo de toda classe de documentos e textos, conduzindo as descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, e ajudando a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum. Para complementar esta ideia, Fonseca Júnior (2005) afirma que a formação do campo comunicacional não pode ser compreendida sem se fazer referência à análise de conteúdo e que se ocupa basicamente com a análise de mensagens, o mesmo ocorrendo com a análise semiológica ou análise de discurso. As principais diferenças entre essas modalidades são que apenas a análise de conteúdo cumpre com os requisitos de sistematicidade e confiabilidade.

Também neste campo existem duas esferas: a de recepção e a de emissão. Neste projeto usaremos a de emissão. A análise de conteúdo oscila entre dois polos, afirma Bauer (2002 *apud* Fonseca Júnior 2005), ora valorizando o aspecto quantitativo, ora o qualitativo, dependendo da ideologia e dos interesses do pesquisador. Portanto, os critérios a serem aplicados no trabalho que vão destacar os fatores relevantes.

Se a quantidade de material a ser analisado for muito grande, isso exigirá a adoção de procedimentos de estatística para se obter uma visão de conjunto, devendo-se optar pela análise quantitativa. Neste caso, ganha-se em abrangência, mas perde-se em profundidade. Se o objetivo for aprofundar o conteúdo, torna-se impossível o processamento de uma grande quantidade de dados, devendo ser realizada uma análise qualitativa (FONSECA JÚNIOR, 2005, p.293).

Nas últimas décadas do século XX, os estudos da análise de conteúdo se elevaram devido ao aparecimento do jornalismo sensacionalista nos Estados Unidos. A partir deste fato, outras disciplinas, como psicologia, história e sociologia também começaram a usar esta técnica de pesquisa. Fonseca Júnior (2005) relata o desenvolvimento do método de análise de conteúdo da pesquisadora francesa

Laurence Bardin, que organizou a metodologia em cinco passos: organização da análise, codificação, categorização, inferência e o tratamento informático.

A partir destas teorias, o problema desta pesquisa visa responder: como o Jornal Nacional, da Rede Globo, realizou a cobertura do caso Eliza Samudio e do goleiro Bruno? A hipótese para esta questão é de que o Jornal Nacional (JN), neste caso, modificou seu perfil *hard news* para utilizar a notícia como forma de espetáculo. O objetivo geral é analisar a cobertura televisiva realizada pelo Jornal Nacional no caso da Eliza Samudio e do goleiro Bruno. E o objetivo específico propõe mapear as matérias realizadas pelo JN nos anos de 2010 a 2013 e avaliar se houve exagero nas abordagens jornalísticas.

A construção da amostra deste projeto é direcionada, pois foi designada para a composição deste trabalho. É constituída pela seleção das três principais fases do processo do caso Eliza Samudio e do goleiro Bruno, entre os anos de 2010 a 2013. Os três eixos principais a serem apurados começa pelo desaparecimento da modelo Eliza; passa pela a prisão preventiva do goleiro Bruno; e, por fim, o julgamento de todos os suspeitos envolvidos neste caso. As reportagens foram encontradas no memorial do *site* O Globo.

As técnicas e instrumentos para a coleta de dados desta pesquisa serão realizados nas formas bibliográfica e documental. De acordo com Gil (1999), uma pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de compilação de matérias provenientes de livros e artigos científicos. Nesta investigação, consultamos alguns autores para definir sociedade do espetáculo em conjunto com a ética jornalística, como Guy Debord (1997), Manuel Carlos Chaparro (1994) e Márcia Franz Amaral (2006). No conceito de telejornalismo, foram pesquisados os escritores Vera Íris Paternostro (2006), Nelson Traquina (1993) e Gislene Silva (2004), entre outros *sites* e artigos que serviram de apoio. Para a metodologia, Antônio Carlos Gil (1999) e Wilson Corrêa da Fonseca Júnior (2005) foram consultados para pesquisa.

Outra ferramenta apropriada para este trabalho foi a pesquisa documental, que na concepção de Gil (1999) atua semelhantemente ao método bibliográfico. A única diferença é que, em vez de utilizar a contribuição de autores, a pesquisa se apoia em matérias que não receberam tratamento analítico. No caso da Eliza Samudio e do goleiro Bruno, trata-se dos documentos que o Jornal Nacional exibiu

sobre o caso, como por exemplo: escutas telefônicas, depoimentos de suspeitos, material recolhido nas investigações, entre outros.

As matérias analisadas neste projeto sobre o caso da Eliza Samudio e do goleiro Bruno foram desmembradas em formatos de três quadros para transcrever o texto e os tons introduzidos na reportagem. Também separamos o *off* das sonoras para observar se houve exagero por parte do Jornal Nacional na cobertura deste caso. Exploramos as imagens, narrando cada uma de maneira isolada, e avaliamos os critérios de noticiabilidade aplicado em cada notícia.

5.1 ANÁLISE DE TEXTO

Acerca da contextualização do texto, a avaliação para as três reportagens (desaparecimento e buscas por Eliza Samudio, julgamento do goleiro Bruno e Prisão do goleiro Bruno) destacou pontos de excedência por parte do jornalista, conforme o quadro a seguir.

Quadro 6 – Reportagens avaliadas para análise de texto

REPORTAGEM 01
EXIBIDA DIA 28 DE JUNHO DE 2010
REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA
<p>CABEÇA: A polícia fez buscas no sítio do goleiro Bruno que fica na grande Belo Horizonte. Investigadores o consideraram suspeito no sumiço da ex-namorada Eliza Samudio que entrou na justiça pra tentar provar que teve um filho com o jogador do flamengo.</p> <p>OFF: A polícia entrou no condomínio na região metropolitana de Belo Horizonte, às 16h30min, com um mandado de busca e vasculhou os arquivos de imagem na portaria. No sítio do goleiro do Flamengo, os policiais começaram o trabalho com escavações. Na casa, entraram numa espécie de porão, retiraram de lá uma lona preta, que pareciam procurar vestígios nela. Em seguida, entraram na casa. No andar de cima, olharam detalhadamente as cortinas, a soleira das portas e os móveis da varanda. No fim da tarde concentram a busca neste poço, eles usaram uma corda com uma lanterna amarrada na ponta.</p> <p>PASSAGEM: As buscas continuaram no anoitecer, a polícia investiga uma denúncia anônima de que a ex-namorada de Bruno, Eliza Samudio, teria sido espancada por ele e mais dois amigos, no sítio do jogador. Ela está desaparecida há três semanas.</p> <p>OFF: Eliza Samudio tentava provar na justiça que o goleiro do flamengo é o pai do filho dela de quatro meses. De acordo com a polícia, a atual mulher de Bruno, Dayanne de Souza e um amigo dele, conhecido como Macarrão, teriam tentado esconder o bebê.</p> <p>SONORA DA DELEGADA: Recebeu orientação do Macarrão que estava no Rio de Janeiro para esconder essa criança porque a</p>

polícia iria no sítio.

OFF:

Dayanne, que foi autuada em flagrante por subtração de incapaz. O bebê foi encontrado e entregue ao pai de Eliza Samudio, ontem à noite. Bruno não treinou com o time hoje.

SONORA ASSESSORIA DO FLAMENGO:

Tão logo aconteça uma posição oficial na justiça, o Flamengo tomará, aí sim, com tranquilidade, as medidas cabíveis.

NOTA-PÉ BONNER:

O departamento jurídico do Flamengo declarou que Bruno concordou com o afastamento e disse que está à disposição da justiça para esclarecimento.

REPORTAGEM 02

EXIBIDO DIA 06 de JULHO de 2010

REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA

CABEÇA:

O Jornal Nacional traz outras informações sobre a transferência do goleiro Bruno para Minas Gerais. O repórter Elter Duarte está na porta do conjunto de presídios de Bangu no Rio de Janeiro. Elter:

AO VIVO:

Olha Renata, o goleiro Bruno e o Macarrão deixaram o presídio há poucos momentos. A gente vê nessas imagens a hora exata em que os carros da polícia saíram daqui de Bangu levando os dois.

OFF:

O avião da polícia de Minas Gerais está no aeroporto Santos Dumont pronto para fazer a transferência. O comandante deste jatinho disse pra gente que a capacidade do avião é de nove pessoas e que ele deve viajar lotado. A gente vê também imagens dos carros da polícia já se aproximando do aeroporto Santos Dumont.

O comboio já está chegando até o aeroporto. O horário máximo de decolagem é 22h30, porque o aeroporto fecha logo depois.

REPORTAGEM 03:

EXIBIDA DIA 08 de MARÇO de 2013

**REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA, ISABELA
SCALABRINI, PAULO RENATO SOARES E LARISSA CARVALHO**

CABEÇA:

Boa noite!

O goleiro Bruno foi considerado culpado da morte da amante Eliza Samudio e do sequestro e cárcere privado do filho que teve com ela. Mas, apesar da sentença de 22 anos de prisão, Bruno poderá voltar às ruas em cerca de três. O Ministério Público vai apresentar recurso para aumentar a pena.

OFF:

Primeira Dayanne foi absolvida dos crimes de sequestro e cárcere privado de Bruninho.

SONORA JUÍZA:

Absolvo a ré Dayanne Rodrigues do Carmo Souza do crime previsto no artigo 148, parágrafo primeiro, inciso 4, do Código Penal.

OFF:

Bruno foi condenado por todas as acusações: homicídio triplamente qualificado, ocultação de cadáver, sequestro e cárcere privado de Bruninho. A juíza classificou o assassinato de Eliza como uma trama diabólica com detalhes sórdidos.

SONORA JUÍZA:

Agiu de forma dissimulada da sua real intenção. O desenrolar do crime de homicídio conta com detalhes sórdidos e demonstração de absoluta impiedade.

Sua personalidade é desvirtuada e foge dos padrões mínimos de normalidade. O réu tem incutido na sua personalidade uma total subversão de valores.

OFF:

A Juíza reduziu a pena de homicídio alegando que o goleiro confessou a participação na morte de Eliza Samudio. Mas aumentou a pena em seis meses por ele ser o mandante. Os outros dois crimes vão ser cumpridos em regime aberto. Um ano e seis meses pela ocultação de cadáver de Eliza e três anos e três meses pelo sequestro e cárcere privado de Bruninho. Total da pena, 22 anos e três meses.

PASSAGEM:

Pela lei, Bruno pode deixar a cadeia num prazo bem menor. Ele já estava preso há três anos e teve bom comportamento. Também trabalhou na penitenciária, por isso, em três anos, ele poderá passar para o regime semi-aberto, ou seja, vai ter que trabalhar fora durante o dia e apenas voltar pra dormir na cadeia.

SONORA ADVOGADO:

Daqui três anos e seis meses, mais exatamente dois anos e onze meses, ele terá direito a progressão do regime. Saindo do regime fechado para o semi-aberto.

OFF:

Mas isso seria diferente se o novo código penal já estivesse valendo, segundo o presidente da Comissão de Assuntos Penitenciários da OAB em Minas.

SONORA PRESIDENTE DA COMISSÃO DE ASSUNTOS PENITENCIÁRIOS DA OAB:

Se ele fosse condenado após a reforma do código penal a situação dele seria um pouco pior. Ao invés de dois ritos, ele teria que cumprir a metade da pena no regime fechado.

OFF:

Juristas ouvidos pelo Jornal Nacional dizem que é positiva a progressão de regime.

SONORA JURISTAS:

No sistema jurídico brasileiro ninguém pode ficar preso por mais do que 30 anos. Ou seja, um dia essa pessoa vai voltar para o convívio social. E o objetivo da lei, portanto, não é só punir. O objetivo da lei é terapêutico também. Propiciar que este sujeito depois de um período de reflexão no presídio, ele possa, portanto, se preparar para conviver em sociedade sem nenhum tipo de problema.

OFF:

O Ministério Público vai pedir o aumento da punição.

SONORA MP:

Tanto porque ele é o mandante quanto porque ele não é confesso. A promotoria da Justiça espera que o somatório das penas alcance o patamar de 28 à 30 anos.

Fonte: Site Memória Globo⁴

Na primeira reportagem, foi possível avaliar que o repórter relata uma delação anônima: “as buscas continuaram no anoitecer, a polícia investiga uma denúncia anônima de que a ex-namorada de Bruno, Eliza Samudio, teria sido espancada por ele e mais dois amigos, no sítio do jogador. Ela está desaparecida há três semanas”. E também, a sonora da delegada: “recebeu orientação do Macarrão que estava no

⁴ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-bruno/caso-bruno-a-historia.htm>> Acesso em: 15 de maio de 2016.

Rio de Janeiro para esconder essa criança porque a polícia iria ao sítio”. Nesse contexto, a pesquisa destacou essas informações como um pré-julgamento do suspeito. Além disso, pode-se notar que não houve oportunidade dos envolvidos se defenderem. O que é uma das premissas básicas do jornalismo: ouvir os dois lados de uma história para oferecer ao telespectador a chance de formar juízo de valor sobre o assunto em pauta (TRIGUEIRO, 2005).

Outro ponto interessante é a mudança do apresentador ao se referir à modelo Eliza Samudio na primeira reportagem como ex-namorada de Bruno e na última como amante do atleta. Observamos que houve um demérito pela jovem por parte do Jornal Nacional (JN).

A partir disso, a pesquisa sugere que a relação do desaparecimento de Eliza Samudio associado a uma celebridade, como o goleiro Bruno, gerou maior repercussão na mídia brasileira pelo fato do jogador ser uma pessoa pública. Desde o século XX, os reprodutores de informação elaboram uma linguagem para ser vendida com a mesma prudência da produção de mercadoria (SODRÉ, 1972).

5.2 ANÁLISE DE IMAGENS

Partimos então, para a segunda categoria de análise, as imagens. Foram selecionadas as cenas que consideramos mais importantes e que o JN fez questão de divulgar para chamar atenção dos telespectadores. Conforme Simão e Fernandes (2007), na construção duma peça jornalística para televisão é na imagem que vai assentar o maior poder. Portanto, veremos no quadro a seguir a reprodução feita pelo Jornal Nacional:

Quadro 7 – Análise de imagens da reportagem 01

REPORTAGEM 01
EXIBIDA DIA 28 DE JUNHO DE 2010
REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA
<p>O início da reportagem, de dois minutos e quatro segundos, já começa com muitos carros da polícia, barulhos de sirene e, então, eles entram no sítio do goleiro Bruno. Cenas dos policiais fazendo escavações, analisando a casa de ponta a ponta e avaliando uma lona preta são divulgadas. Eles, inclusive, exploraram um poço achado no sítio do jogador. Após, foi colocada uma foto de Eliza Samudio, com uma boa aparência, maquiada. E, posteriormente, uma de Bruno, jogando no gol, e ao fundo, uns gritos que pareciam ser da torcida. Delegada dando seu depoimento também foi mostrada na reportagem. E após o aparecimento de Bruninho, filho de Eliza, aparece o pai da jovem com a criança nos braços em meio a uma multidão. Depois, o treino do time do Flamengo, sem a presença de Bruno. Para finalizar, um depoimento da assessoria de imprensa do clube.</p>

Fonte: *site* Memória Globo⁵

Figura 1- Declaração da delegada



Fonte: *site* Memória Globo

⁵ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-bruno/caso-bruno-a-historia.htm>> Acesso em: 15 de maio de 2016.

Figura 2 – Buscas no sítio de Bruno



Fonte: *site* Memória Globo

Na reportagem 01, exibida dia 28 de junho de 2010, pelo repórter Ismar Madeira divulga a maioria das imagens realizadas em plano geral. As cenas mostram a polícia fazendo as buscas no sítio de Bruno e conforme diz o repórter, Ismar Madeira, em tom tendencioso “pareciam procurar vestígios na nela” ao se referir na inspeção em uma lona preta. São usadas uma abundante quantidade de imagens factuais e poucas de arquivo para complementar a reportagem como uma foto da jovem Eliza Samudio, uma foto da mulher do goleiro, Dayanne Souza e um pequeno vídeo do goleiro Bruno em campo. Também, é publicado apenas um lado da história nesta matéria. Apenas a delegada, Alessandra Wilke, deu seu parecer sobre o caso. Não houve chance de réplica.

Quadro 8 – Análise de imagens da reportagem 02

REPORTAGEM 02
EXIBIDO DIA 06 de JULHO de 2010REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA
Nesta cobertura, foi usada pouca diversidade de imagens. O repórter utilizou apenas cenas dos carros da polícia levando Bruno para o aeroporto. As imagens, gravadas de um helicóptero, permaneceram os seus 49 segundos de exibição dividindo-se entre o ao vivo do repórter e a chegada do goleiro ao aeroporto para efetuar sua transferência de penitenciária.

Fonte: site Memória Globo ⁶

Figura 3 – Transferência ao vivo do goleiro Bruno



Fonte: *site* Memória Globo

A reportagem 02 foi a que menos usou dos subsídios da imagem para ilustrar a cobertura. O repórter inicia um diálogo de meia tela com os apresentadores da

⁶ Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-bruno/caso-bruno-prisao-e-transferencia.htm> Acesso em: 24 de maio de 2016.

bancada do Jornal Nacional e relata os acontecimento por meio de Off. Nesta matéria utiliza-se o plano geral com ângulo plongée. Notamos que não foi aproveitado dos benefícios que a imagem possui para facilitar o entendimento do telespectador. Assunto que a autora Paternostro (2006) expõe quando afirma que quando o telespectador liga a televisão para assistir a um telejornal ele quer se informar, saber as notícias. E sabe que será por meio da imagem. Muitas vezes, quando existe uma imagem forte de um acontecimento, ela leva vantagem sobre a palavra. Ela é suficiente para transmitir, ao mesmo tempo, informação e emoção.

Quadro 9 – Análise de imagens da reportagem 03

<p style="text-align: center;">REPORTAGEM 03: EXIBIDA DIA 08 de MARÇO de 2013 REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA, ISABELA SCALABRINI, PAULO RENATO SOARES E LARISSA CARVALHO</p>
<p>A primeira cena mostra Dayanne, esposa de Bruno, chegando para o julgamento dos envolvidos no caso. Após, cena parada da juíza é colocada para declarar a absolvição de Dayanne de as todas as acusações.</p> <p>Bruno aparece na reportagem o tempo inteiro com a cabeça baixa e as mãos entrelaçadas. Em contrapartida, as foram utilizadas três fotos de Eliza Samudio: uma com o filho, Bruninho, no colo, e outras duas na praia grávida.</p>

Fonte: *site* Memória Globo⁷

⁷ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-bruno/caso-bruno-julgamento.htm>> Acesso em: 24 de maio de 2016

Figura 4 – Eliza com o filho Bruninho



Fonte: *site* Memória Globo

Figura 5 – Julgamento de Bruno



Fonte: site Memória Globo

A reportagem 03 de Ismar Madeira, Isabela Scalabrini, Paulo Renato Soares e Larissa Carvalho realizada no dia 08 de março de 2013 foi a que mais utilizou o uso da imagem para facilitar o processo de recepção do público. Foi utilizada uma arte com legenda para divulgar o decreto da juíza Marixa Lopes. São usados três enquadramentos diferentes para as cenas em Bruno aparece como, plano americano, plano fechado, e plano detalhe nas mãos do jogador entrelaçada. Ao proferir o relato da juíza sobre o assassinato de Eliza, a reportagem exibiu uma foto de arquivo da modelo com Bruninho nos braços. Além disso, são expostas mais duas fotos de arquivo de Eliza ainda grávida. Essas características proporcionaram uma subjetividade na matéria. Um plano geral com ângulo plongée mostra o sítio de Bruno para expor o local onde Bruninho teria estado em cárcere privado. A reportagem também apresenta a posição de fontes como o Presidente de Assuntos Penitenciários da OAB em Minas Gerais, Adilson Rocha, Ministério Público de Minas Gerais (não creditado), Juristas (não creditado) e advogado de Bruno, Lúcio Adolfo.

5.3 ANÁLISE DOS CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE

O conjunto de elementos que concede a quantidade e o tipo de acontecimento para distinguir a notícia chama-se de noticiabilidade. Os valores-notícia são decorrência dessa noticiabilidade e tem a finalidade de definir quais fatos serão exibidos pelo veículo (WOLF, 1995). A partir disso, essa pesquisa percebe que diversos critérios de noticiabilidade foram constatados neste caso. Podemos constatar no quadro abaixo:

Quadro 10 – Critérios de noticiabilidade

REPORTAGEM 01 EXIBIDA DIA 28 DE JUNHO DE 2010 REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA
Na reportagem 01 de Ismar Madeira exibida no dia 28 de junho de 2010 são visíveis os valores-notícia de: Surpresa: Ao noticiar um fato que envolve a morte de uma jovem e uma pessoa pública. Proximidade: Por Bruno já ser conhecido como goleiro do Flamengo.

<p>Raridade: Por ninguém esperar isso de ninguém, muito menos uma celebridade, como Bruno.</p> <p>Proeminência: Por se tratar de uma pessoa pública, o goleiro de um time de futebol famoso como Bruno.</p> <p>Justiça: Se encaixa neste contexto pois se trata de denúncias e investigações</p> <p>Polêmica: Tem esse fator por ter sido um escândalo nacional.</p>
<p>REPORTAGEM 02</p> <p>EXIBIDO DIA 06 de JULHO de 2010</p> <p>REPORTAGEM NÃO CREDITADA</p>
<p>Na reportagem 02 do dia 06 de julho, foram expostos os seguintes critérios noticiosos:</p> <p>Proeminência: Por todos estarem interessados no rumo que o goleiro Bruno, uma pessoa pública, iria tomar.</p> <p>Tragédia: Devido a emoção nacional que o caso trouxe aos brasileiros, a característica de violência, interesse humano.</p> <p>Justiça: Se insere neste quesito pois nesta reportagem tratamos sobre a apreensão e a transferência do goleiro Bruno.</p>
<p>REPORTAGEM 03:</p> <p>EXIBIDA DIA 08 de MARÇO de 2013</p> <p>REPORTAGEM DE ISMAR MADEIRA, ISABELA SCALABRINI, PAULO RENATO SOARES E LARISSA CARVALHO</p>
<p>A reportagem 03 de Ismar Madeira, Isabela Scalabrini, Paulo Renato Soares e Larissa Carvalho destacaram as principais características que deram valor a esta notícia.</p> <p>Surpresa: Ninguém esperava que Bruno realmente fosse julgado culpado. Ou que pelo menos, não ficaria muito tempo preso.</p> <p>Proeminência: Uma pessoa pública sendo culpada por um crime de homicídio.</p> <p>Proximidade: Bruno era famoso por sua trajetória em um clube famoso de futebol, o flamengo.</p> <p>Justiça: O julgamento de Bruno. Principal critério noticioso.</p>

Fonte: Gislene Silva (2004)⁸

5.4 Reflexões da Análise

Ao pesquisar minuciosamente o formato do texto, observamos que o telejornal por mais tradicional que seja desenvolve sua subjetividade. Um exemplo é a reportagem produzida pelo jornalista Ismar Madeira onde ele insinua que os policiais estão em busca de vestígios que tornem o suspeito Bruno realmente culpado. Uma frase que ficou bem nítida de Madeira foi: “na casa entraram numa

⁸ Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-bruno/caso-bruno-a-historia.htm>> Acesso em: 15 de maio de 2016

espécie de porão. Retiraram de lá uma lona preta e pareciam procurar vestígios nela”. Ou seja, não é permitido ao telespectador tirar suas próprias conclusões, o telejornal já prepara um texto com uma opinião pré-formada e divulga para o público. Outro fato curioso foi a referencia ao tratar de Eliza nas primeiras como ex-namorada de Bruno e nas últimas matérias ser chamada de ex-amante do jogador. E também, não houve chance de Bruno dar seu relato nesta reportagem. Foram exibidas apenas as informações da delegada quanto ao caso.

A maneira como foram divulgadas as imagens me deixam inquieta. Em virtude de ser a primeira suspeita, apenas com a denúncia as cenas apresentadas pelo Jornal Nacional, já eram de certeiras. Foi divulgado os policiais conferindo lona, poço, fazendo escavações, analisando soleira. Era como se fosse convicto o fato de Bruno ser culpado. No julgamento do jogador, todas as imagens em que Bruno aparece ele está de cabeça baixa com as mãos entrelaçadas representando a condenação do atleta. Entretanto, em relação à Eliza Samudio todas as fotos de arquivo utilizadas exibem-na com o filho nos braços ou ainda gestante, trazendo dramaticidade para a reportagem.

Os critérios de noticiabilidade foram totalmente relevantes durante este caso. Por Bruno ser uma pessoa pública o fato tomou proporções estrondosas e chocou parte da população tornando a proeminência um dos seus valores-notícia assim como Surpresa, pois ninguém esperar uma pessoa pública envolvida num caso de assassinato. Justiça e Polêmica foram critérios noticiosos importantes também neste caso devido a envolver denúncias, emoção nacional, julgamentos e apreensões. Todos esses fundamentos foram indispensáveis para selecionar o caso da Eliza Samudio e do goleiro Bruno para compor o telejornal.

Optamos por essas três reportagens para mostrarmos onde e porque iniciou o fato, o rumo que ele tomou e como se sucedeu o processo do goleiro Bruno, entre os anos de 2010 a 2013. Essas três matérias mostram resumidamente os períodos mais importantes deste caso e, devido a isso, foram escolhidas para serem discutidas nesta pesquisa

Como o Jornal Nacional da Rede Globo realizou a cobertura do caso Eliza Samudio e do goleiro Bruno? Em resposta ao tema proposto, atestamos, com a análise, que as reportagens desenvolvidas pelo Jornal Nacional responderam as perguntas básicas do lead, “o que, quem, onde, quando, como e por quê”. No

entanto, observamos também que, nas primeiras reportagens em que Bruno era apenas suspeito, houve deslize por parte da imprensa ao divulgar todos os fatos que incriminavam o jogador, sem chance de réplica. Essa posição do Jornal Nacional expôs traços tendenciosos em sua cobertura jornalística.

O Jornal Nacional (JN) é um noticiário *hard news* que dispõe de profissionais de alto nível e que levam a informação até a casa do telespectador da maneira mais compreensível. Por isso, é um programa formador de opinião, produtor de debate e com credibilidade perante a sociedade. Todavia, nós não reconhecemos neste trabalho a imparcialidade dos fatos: a principal e primária questão de ouvir os lados e a referência fiel dos personagens dessa história, pois, de acordo com os conceitos apresentados nesse trabalho, como a ética jornalística, é vital em qualquer meio de comunicação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa procurou investigar a cobertura do Jornal Nacional frente ao caso Eliza Samudio e do goleiro Bruno. Para embasar esta análise foram examinadas três edições dos dias 28/06/2010, 06/07/2010 e 08/03/2013, quando houve o desaparecimento e as buscas da estudante; a prisão e a transferência de Bruno; e o julgamento do jogador, respectivamente. Observamos uma série de alterações nas reportagens reproduzidas pelo telejornal tradicional da Rede Globo, Jornal Nacional, dentre eles: caracterização para Eliza, pré-julgamento levando à espetacularização do fato e exposição de imagens subjetivas.

O objetivo geral da pesquisa, que foi avaliar a cobertura televisiva realizada pelo Jornal Nacional no caso da Eliza Samudio e do goleiro Bruno, foi concluído. Foi apurado que esse caso teve prioridade na categoria de seleção de matérias, sendo transmitida a cobertura desde as suspeitas até o julgamento do jogador Bruno. Diversos índices de critérios de noticiabilidade se encaixaram nesse acontecimento, como, por exemplo, proeminência, polêmica, tragédia e justiça. Isso fez com que cada informação nova fosse divulgada e tivesse interesse do público.

Como objetivos específicos, foi mapeada as matérias realizadas pelo JN nos anos de 2010 a 2013 e avaliar se houve exagero nas abordagens jornalísticas. É evidente a influência que o Jornal Nacional exerce sobre a sociedade como transmissor de informação, inclusive pela sua trajetória e propagação de notícias oficiais. É notável o convencimento de qualquer fato que esteja no noticiário. Por mais duvidoso que seja, se passar no Jornal Nacional torna-se verídico. Da mesma forma, a responsabilidade com o público torna-se proporcional. Por isso, o Jornal Nacional deveria deixar de lado sua competitividade com outras emissoras e noticiar a matéria crua. Sem espetáculos, dramas ou enfeites, passando por cima de seus próprios interesses para beneficiar o público. Entretanto, o problema desta espetacularização consiste na disputa de audiência, que tem como princípio atrair o telespectador e o manter ligado na programação. Para isso, são transmitidas informações excedentes e com uma opinião pré-formada dos fatos. Isso acontece muito em casos polêmicos, de comoção nacional, onde os veículos jornalísticos brigam pelo furo de reportagem, ou seja, o famoso “quem publica a notícia primeiro”.

Finalizando os estudos desta pesquisa, foi possível ressaltar que o objetivo foi alcançado. Realmente houve espetacularização nas reportagens exibidas pelo Jornal Nacional da Rede Globo. As matérias de informação tradicional deram espaço para notícias excedidas, divulgando uma opinião pré-formada da notícia. Como a pesquisa se tratou de um telejornal de grande expansão, não houve problemas em conseguir as imagens das principais matérias do caso Eliza Samudio e goleiro Bruno. Este caso foi selecionado, pois foi um acontecimento que chocou o mundo e tomou conta de todos os meios de comunicação do Brasil. Igualmente, achamos importante por se tratar de um tema que se vê com frequência em rede nacional, contraditando as éticas jornalísticas e distraindo o público com notícias “mascaradas”, ou seja, expondo o espetáculo.

Depois de realizar meses de pesquisa dentro de uma rotina nada calma, trocando a noite pelo dia e exercendo – da melhor maneira possível - meu papel de jornalista, estudante, filha, namorada, eis que compreendemos que a televisão mantém milhões de pessoas informadas, possui caráter fundamental na sociedade e que, algumas pessoas, usam apenas este meio como sua fonte de informação. No entanto, esta pesquisa apenas abordou o espetáculo televisivo que acontece com frequência na televisão e que passa despercebido pelo telespectador mais leigo. Sugerimos que outras análises sejam realizadas a fim de tornarmos mais ético nosso papel como narradores de histórias e, assim, contribuir para o campo jornalístico e também para a população.

7 REFERÊNCIAS

- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- ARBEX JR., José. **Showrnlismo: a notícia como espetáculo**. 4. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2005.
- BAHIA, José Aloise. **A sociedade do espetáculo**. Belo Horizonte: 313, 2005. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/speculum/a-sociedade-do-espetaculo/>>. Acesso em: 11 de março de 2016
- BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. **Manual de Jornalismo para Rádio, TV e novas mídias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.
- BELMONTE, Wagner Barge; ROCCO JÚNIOR, Ary José. **A Copa do Mundo de 2014 e o Valor-Notícia: um Chute nos “Fundilhos” da Imprensa Brasileira**. Ouro Preto. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-0229-1.pdf>> Acesso em: 29 de abril de 2016
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1997.
- BUCCI, Eugênio. **Sobre ética e imprensa**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- CALAZANS, Flávio. Propaganda Subliminar Multimídia. **Novas Buscas em Comunicação**. 7 ed, v.42 São Paulo: Summus, 2006. Disponível em: <<http://www.usp.br/anagrama/Frazaopreco.pdf>> Acesso em: 22 de março de 2016.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **A luz do interesse público não está nos códigos**. 1997. Disponível em: <<http://www.igutenberg.org/chapa18.html>> Acesso em: 14 de abril de 2016
- CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas pragmáticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.
- COELHO, Claudio Novaes Pinto; CASTRO, Valdir José (orgs.). **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006.
- CRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética jornalística**. 2004. Disponível em: <www.saladeprensa.org>. Acesso em: 04 de junho de 2016.
- CRUZ, Fábio. **Consumidores de Hoje, Cidadãos de Outrora: A Pedagogia Crítica da Mídia como Proposta de Fortalecimento da Cultura**. Disponível em: <http://www.academia.edu/425199/A_Significacao_do_Espetaculo_O_Jornalismo_Televisivo_em_Tempos_de_Dramatizacao>. Acesso em: 21 de abril de 2016.
- CURADO, Olga. **A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz telejornalismo**. Alegro: São Paulo, 2002.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. São Paulo: Contraponto, 1997.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O mito na sala de jantar: discurso infanto-juvenil sobre a televisão**. Porto Alegre: Movimento, 1984.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

FRAZÃO, Samira Moratti. **O preço do espetáculo**: a espetacularização da TV no Brasil. São Paulo: 2007. Disponível em: <<http://www.usp.br/anagrama/Frazaopreco.pdf>>. Acesso em: 12 de maio de 2016.

G1. **Goleiro Bruno é condenado a 22 anos e 3 meses**; ex-mulher é absolvida.. Disponível em: <<http://g1.globo.com/minas-gerais/julgamento-do-caso-eliza-samudio/noticia/2013/03/bruno-e-condenado-prisao-por-morte-de-eliza-ex-mulher-e-absolvida.html>> Acesso em: 13 de abril de 2016.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GLOBO, memória. **Caso Bruno: a História**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/coberturas/caso-bruno/caso-bruno-a-historia.htm>> Acesso em: 15 de maio de 2016.

HERCULANO DE SOUZA, Ari. As formas de consciência e a ideologia. In: A Ideologia. São Paulo: Editora do Brasil, 1989.

KOFF, Rogério Ferrer. **A Cultura do Espetáculo**: Sete Estudos sobre Mídia, Ética e Ideologia. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2003.

LIMA, Venício de. **Mídia**: Teoria e Política. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LOLLA, Daiane Machado *et al.* **A Televisão Como Veículo de Informação**: uma linguagem de imagens e sons. 2010. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/51918.pdf>>. Acesso em: 01 de maio de 2016.

LOREDO, João. **Era uma vez... a televisão**. São Paulo: Alegro, 2000.

LUCCHESI, Ivo. **Os reality shows e o país das continhas**. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=422TVQ001>>. Acesso em: 28 de maio de 2016.

MAIA, Aline Silva Corrêa. **O Telejornalismo no Brasil na Atualidade**: Em Busca do Telespectador. Juiz de Fora, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf>> Acesso em: 05 de maio de 2016.

MOURÃO, Lucas Marinho. **Interesse público ou Interesse do Público**. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/interesse-publico-ou-interesse-do-publico-2/>>. Acesso em: 29 de maio de 2016

MORAES, Roque. Análise de Conteúdo: limites e possibilidades. In: ENGERS, M. E. A. (org). **Paradigmas e metodologias de pesquisa em educação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 1994.

NEGRINI, Michele; AUGUSTINI, Alexandre Rossato. **O legado de Guy Debord**: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. Disponível em:

<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-augusti-2013-legado-guy-debord.pdf>>. Acesso em: 08 de março de 2016.

NEGRINI, Michele; TONDO, Rômulo. **A Significação fazer ESPETÁCULO: O Jornalismo Televisivo em Tempos de Dramatização**. Santa Maria: 2007. Disponível em: <http://www.academia.edu/425199/A_Significacao_do_Espetaculo_O_Jornalismo_Televisivo_em_Tempos_de_Dramatizacao> Acesso em: 15 de abril de 2016.

PATERNOSTRO, Vera Íris. **O texto na TV: Manual de telejornalismo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2006.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da Notícia: métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis: Vozes, 2006.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Gêneros e formatos Jornalísticos na Televisão brasileira**. Curitiba: 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2902-1.pdf>>. Acesso em: 03 de abril de 2016.

SAMPAIO, Mario Ferraz. **História do rádio e da televisão no Brasil e no mundo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

SCHUDSON, Michael. **Discovering the news: a social history of american newspaper**. New York: Basic Books, 1978. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/viewFile/5931/5402>>. Acesso em: 20 de abril de 2016.

SILVA, Gislene. **Valores-notícia: atributos do acontecimento**. Santa Catarina: 2004. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/27944232744219019527870145197533508038.pdf>>. Acesso em: 20 de abril de 2016

SIMÃO, João; FERNANDES, Nuno. **Manual de Telejornalismo Televisivo**. Portugal: 2007. Disponível em: <<https://comunicamos.files.wordpress.com/2007/09/utadtv-manual3.pdf>> Acesso em: 11 de março de 2016.

SOARES, Hamistelie Roberta Pinto de Sousa; OLIVEIRA, Jocyelma Santana dos Santos Martins. **A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking**. Santos: 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0744-2.pdf>> Acesso em: 14 de maio de 2016.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

SQUIRRA, Sebastião Carlos de M. **Aprender telejornalismo: produção e técnica**. São Paulo: Brasiliense, 2004.

TERRA. **Veja quem é quem no caso Bruno**. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/brasil/policia/veja-quem-e-quem-no-caso-bruno,ee52dc24bfe9a310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>> Acesso em: 11 de abril de 2016.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: _____. (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega Ltda., 1993, p.167-176. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0839-1.pdf>>. Acesso em: 28 de março de 2016.

TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável: abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação**. Rio de Janeiro: Globo, 2005.

VIZEU, Alfredo Eurico. **Decidindo o que é notícia – os bastidores do telejornalismo**. 2.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

UOL. **Relembre 22 crimes que chocaram o Brasil**. 2015. Disponível em: <<http://noticias.bol.uol.com.br/bol-listas/relembre-22-crimes-que-chocaram-o-brasil.htm>>. Acesso em: 31 de maio de 2016.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público: Uma teoria crítica da televisão**. São Paulo: Ática, 1996.