



REVISTA LATINO - AMERICANA DE JORNALISMO  
VOL 9 N.1 | JAN - JUN 2022 | INSS 2359-3775X  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

# REVISTA ÂNCORA

VOLUME 9 - NÚMERO 1

PAUTA LIVRE



Editora | **Paula de Souza PAES**

João Pessoa – Brasil | **ANO 9 VOL.9 N.1** | JAN./JUN. 2022  
Revista Latino-americana de Jornalismo | ISSN **2359-375X**



Revista Latino-americana de Jornalismo - ÂNCORA  
Volume 9 • Número 1 • jan./jun. 2022

**ÂNCORA** - Revista Latino-americana de Jornalismo é uma publicação acadêmica semestral, vinculada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ | UFPB. Objetiva o fomento da produção acadêmico-científica na área do jornalismo e suas interfaces no campo comunicacional e em áreas afins. Seu foco de abordagem temática está direcionado para publicações de artigos, relatos profissionais, artigos-resenha e entrevistas que retratem, de forma transdisciplinar, os ambientes, processos, linguagens, tecnologias, produtos e processos do jornalismo. Avaliação CAPES: **Qualis B1** [Educação] e **Qualis B4** [Comunicação e informação]. **As informações, opiniões e conceitos expressos nos artigos, relatos profissionais, resenhas ou entrevistas são de inteira responsabilidade dos autores/autoras.**

A revista eletrônica está disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>



**CATALOGAÇÃO NA FONTE**

R454 Revista Latino-americana de Jornalismo - Âncora [recurso eletrônico] – Ano 9, v.9; n.1; (jan/jun. 2022) / João Pessoa: Editora do CCTA, 2022.  
154 p.  
Modo de acesso:  
<http://periódicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora>  
Semestral.  
ISSN: 2359-375X  
1. Enquadramentos. 2. Cobertura jornalística 3. Webjornalismo. 4. Hashtags. 5. Telejornais locais. 6. Audiência. 7. Amazônia.

UFPB/BC

CDU: 070



## UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA

### EDITORES

**Profª. Drª. Paula de Souza PAES**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

### EDITOR ADJUNTO

**Profª. Drª. Joana Belarmino de SOUSA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil

### CONSELHO EDITORIAL

**Profª. Drª. Gloria de Lourdes Freire RABAY**

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

**Prof. Dr. Pedro BENEVIDES**

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

**Profª. Drª. Sandra Regina MOURA**

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

**Profª. Drª. Virginia SÁ BARRETO**

Universidade Federal da Paraíba | Brasil

**Profª. Drª. Zulmira Silva NÓBREGA**

Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Jornalismo - UFPB

### Editoração e revisão

**Matheus Alves da Rocha Damaceno**

#### • Capa desta Edição •

**Matheus Alves da Rocha Damaceno** | Programa de Mestrado em  
Jornalismo – UFPB

| [Latindex](#) - México | [Crossref](#) - USA/United Kingdom |  
[OLCL WorldCat](#) - Estados Unidos | [Elektronische Zeitschriftenbibliothek](#) -  
Alemanha | [MIAR](#) - Espanha | [REDIB](#) – Espanha | [DAIJ](#) - Indonésia | [SHERPA/RoMEO](#) -  
Inglaterra | [ResearchBid](#) - Reino Unido | [Eurasian Scientific Journal Index](#) - República do  
Cazaquistão | [UNIVERSAL IMPACT FACTOR](#) - Journal Impact Factor | [Crosscheck](#) | [Vérsila](#) -  
USA | Brasil | [Directory of Research Journals Indexing](#) - Índia | [Journal TOCS](#) - Reino Unido  
||| Brasil |||

[Sumários.org](#) | [Diadorim](#) | [SEER](#) | [IBICT](#) | [REVIScom](#)

### DIRETÓRIOS, INDEXADORES E PLATAFORMAS DE AVALIAÇÃO

[Periódicos UFPB](#) | [LivRe](#) | [Biblioteke Virtual](#) | [Google Acadêmico](#)

### Programa de Pós-graduação em Jornalismo

Centro de Comunicação, Turismo e Artes | Universidade Federal da Paraíba  
Campus Universitário I | Cidade Universitária, 58059-900, João Pessoa – Paraíba  
(83) 3260-0000 - Contato: [revistaancoraufpb@gmail.com](mailto:revistaancoraufpb@gmail.com)





**CONSELHO CIENTÍFICO • PEER REVIEW**

- Profª. Drª. Adelaide Alves DIAS**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Adilson Vaz CABRAL FILHO**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Adriana Cristina Omena dos SANTOS**  
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Prof. Dr. Adriano Duarte RODRIGUES**  
Universidade Nova de Lisboa | Portugal
- Prof. Dr. Adriano Lopes GOMES**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Afonso de ALBUQUERQUE**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Alexandre Almeida BARBALHO**  
Universidade Estadual do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Alfredo VIZEU**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Aline do Amaral Garcia STRELOW**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Álvaro Nunes LARANGEIRA**  
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Amarildo Batista CARNICEL**  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas | Brasil
- Profª. Drª Ana Carolina ESCOSTEGUY**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Ana Carolina Rocha Pessoa TEMER**  
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Ana Lúcia Medeiros BATISTA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. André BRASIL**  
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. André VILLAS-BOAS**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Andréa França MARTINS**  
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Ângela Cristina Salgueiro MARQUES**  
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Anita SIMIS**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Antônio Francisco Ribeiro de FREITAS**  
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Antônio FAUSTO NETO**  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Arlindo Ornelas FIGUEIRA NETO**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Armando Silva TELLEZ**  
Universidad Externado de Colombia | Colômbia
- Profª. Drª. Beatriz BECKER**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Bruno CAMPANELLA**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Cárilda EMERIM**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Arcila CALDERÓN**  
Universidad de Salamanca | Espanha
- Prof. Dr. Carlos Eduardo FRANCISCATO**  
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Carlos Frederico de Brito D'ANDREA**  
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Carlos PERNISA JUNIOR**  
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Profª. Drª. Christa Liselote Berger Ramos KUSCHICK**  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Claudia Irene de QUADROS**  
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Cláudio Cardoso de PAIVA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Cosette Espindola de CASTRO**  
Universidade Católica de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Cremilda MEDINA**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Danilo ROTHBERG**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Demétrio de Azeredo SOSTER**  
Universidade de Santa Cruz do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Denis Porto RENÓ**  
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho | Brasil
- Profª. Drª. Denise COGO**  
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Denise da Costa Oliveira SIQUEIRA**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Denise Tavares da SILVA**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Denize Correa ARAÚJO**  
Universidade Tuiuti do Paraná | Brasil
- Profª. Drª. Dóris Fagundes HAUSSEN**  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Dulcília Helena Schroeder BUITONI**  
Faculdade Casper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Edgard Patrício de ALMEIDA FILHO**  
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Edônio Alves do NASCIMENTO**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Edson Fernando DALMONTE**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo MEDITSCH**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eduardo VICENTE**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Edvaldo Pereira LIMA**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Elias Machado GONÇALVES**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Eliseo VERÓN**  
*In memoriam*
- Prof. Dr. Ericson SAINT CLAIR**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Fernanda MARTINELLI**  
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Albano Maia de Magalhães ILHARCO**  
Universidade Católica Portuguesa | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antônio CROCOMO**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Antônio Dias ZAMITH**  
Universidade do Porto | Portugal
- Prof. Dr. Fernando Antônio RESENDE**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. Fernando Firmino da SILVA**  
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Fernando GONÇALVES**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Fernão Vítor Pessoa de Almeida RAMOS**  
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Prof. Dr. Flávio Antônio Camargo PORCELLO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Francisco de ASSIS**  
Centro Universitário Fiam-Faam | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Gilson Rebouças PÔRTO JÚNIOR**  
Universidade Federal do Tocantins | Brasil
- Prof. Dr. Francisco José Castilhos KARAM**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio MAGALHÃES**  
Universidade Federal do Piauí | Brasil
- Prof. Dr. Francisco Paulo Jamil Almeida MARQUES**  
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Profª. Drª. Gabriela BORGES**  
Universidade Federal de Juiz de Fora | Brasil
- Profª. Drª. Geane Carvalho ALZAMORA**  
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Gerson Luiz MARTINS**  
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Gilberto ALEXANDRE SOBRINHO**  
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Profª. Drª. Giovana Borges MESQUITA**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Graça CALDAS**  
Universidade Estadual de Campinas | Brasil
- Profª. Drª. Graziela Soares BIANCHI**  
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Guido Lemos de SOUZA FILHO**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Heitor Costa Lima da ROCHA**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Irene MACHADO**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Isabel Ferin CUNHA**  
Universidade de Coimbra | Portugal
- Profª. Drª. Jacques Alkalai WAINBERG**  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. Jairo FERREIRA**  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Prof. Dr. Jesús Miguel Flores VIVAR**  
Universidad Complutense de Madrid | Espanha
- Prof. Dr. João Batista de ABREU JUNIOR**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Prof. Dr. João CANAVILHAS**  
Universidade Beira do Interior | Portugal
- Prof. Dr. João Carlos MASSAROLO**  
Universidade Federal de São Carlos | Brasil
- Prof. Dr. João Guilherme BARONE Reis e Silva**  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil
- Prof. Dr. João SOMMA NETO**  
Universidade Federal do Paraná | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Alejandro GONZÁLEZ**  
Universidad Nacional Autónoma de México | México
- Prof. Dr. Jorge CARDOSO FILHO**  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Kanehide IJUIM**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Prof. Dr. Jorge Pedro Almeida Silva e SOUSA**  
Universidade Fernando Pessoa | Portugal
- Prof. Dr. Jorge Trinidad Ferraz de ABREU**  
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. José Antônio Marques MOREIRA**  
Universidade Aberta (UAb) | Portugal
- Prof. Dr. José Carlos MARQUES**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Josenildo Luiz GUERRA**  
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Prof. Dr. Luciano de Sousa LACERDA**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Juliana Colussi RIBEIRO**  
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

**CONSELHO CIENTÍFICO • PEER REVIEW**

- Prof. Dr. Juliano Maurício de CARVALHO**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Júlio PINTO**  
Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil
- Prof. Dr. Koldo MESO**  
Universidad del País Vasco | Espanha
- Prof. Dr. Lauer Alves Nunes dos SANTOS**  
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Lídia Oliveira SILVA**  
Universidade de Aveiro | Portugal
- Prof. Dr. Lionel Brossi GARAVAGLIA**  
Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Lívia Cirne de Azevêdo PEREIRA**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Lorenzo Vilches MANTEROLA**  
Universidad Autónoma de Barcelona | Espanha
- Profª. Drª. Lorena Peret Teixeira TÁRCIA**  
Centro Universitário de Belo Horizonte | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia Helena Ventrúsculo POSSARI**  
Universidade Federal de Mato Grosso | Brasil
- Profª. Drª. Lúcia SANTA CRUZ**  
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Luciana MIELNICZUK *In memoriam***  
Universidade Federal de Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Luciane Fassarella AGNEZ**  
Instituto de Educação Superior de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Luciano GUIMARÃES**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Luís Antônio Martins SANTOS**  
Universidade do Minho | Portugal
- Prof. Dr. Luís Mauro Sá MARTINO**  
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Luiz Custódio da SILVA**  
Universidade Estadual da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Luiz SIGNATES**  
Universidade Federal de Goiás | Brasil
- Profª. Drª. Magnolia Rejane Andrade dos SANTOS**  
Universidade Federal de Alagoas | Brasil
- Profª. Drª. Malgorzata KOLANKOWSKA**  
Escola Filológica de Wrocław | Polónia
- Profª. Drª. Manuela PENAFRIA**  
Universidade da Beira Interior | Portugal
- Profª. Drª. Marcel Vieira Barreto SILVA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Didimo Souza VIEIRA**  
Universidade Federal do Ceará | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo KISCHINHEVSKY**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Marcelo Martínez HERMIDA**  
Universidad de Santiago de Compostela | Espanha
- Profª. Drª. Marcia BENETTI**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Gomes MARQUES**  
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Márcia Guena dos SANTOS**  
Universidade Estadual da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Márcilia Gomes Costa MENDES**  
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Carneiro dos SANTOS**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Márcio Ronaldo Santos FERNANDES**  
Universidade Estadual do Centro-Oeste | Brasil
- Prof. Dr. Marco Antonio BONITO**  
Universidade Federal do Pampa | Brasil
- Prof. Dr. Marcos AMÉRICO**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Marcos Silva PALACIOS**  
Universidade da Beira Interior - Portugal | Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Marcus RAMÚSYO**  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Maria Beatriz COLUCCI**  
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Maria Berenice da Costa MACHADO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. María Constanza Mujica HOLLEY**  
Pontificia Universidad de Chile | Chile
- Profª. Drª. Maria Cristina GOBBI**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Profª. Drª. Maria Elisabete ANTONIOLI**  
Escola Superior de Propaganda e Marketing | Brasil
- Profª. Drª. Maria José BALDESSAR**  
Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil
- Profª. Drª. Maria Lúcia BECKER**  
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Prof. Dr. Mário CARLÓN**  
Universidad de Buenos Aires | Argentina
- Profª. Drª. Marta Regina MAIA**  
Universidade Federal de Ouro Preto | Brasil
- Prof. Dr. Mateus Yuri Ribeiro da Silva PASSOS**  
Faculdade Cásper Líbero | Brasil
- Prof. Dr. Mauro de Souza VENTURA**  
Universidade Estadual Paulista | Brasil
- Prof. Dr. Michele Goulart MASSUCHIN**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Prof. Dr. Michele NEGRINI**  
Universidade Federal de Pelotas | Brasil
- Prof. Dr. Miguel WIÑAZKI**  
Universidad de San Andrés | Argentina
- Profª. Drª. Mirian Estela Nogueira TAVARES**  
Universidade do Algarve | Portugal
- Profª. Drª. Mirian Moema Filgueira PINHEIRO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Mirna TONUS**  
Universidade Federal de Uberlândia | Brasil
- Profª. Drª. Monica MARTINEZ**  
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Muniz SODRÉ**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Natalia Raimondo ANSELMINO**  
Universidad Nacional de Rosario | Argentina
- Profª. Drª. Nelia Rodrigues DEL BIANCO**  
Universidade de Brasília | Brasil
- Profª. Drª. Patrícia Rebelo da SILVA**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Paulo Eduardo Silva Lins CAJAZEIRA**  
Universidade Federal do Cariri | Brasil
- Prof. Dr. Pedro Nunes Filho**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Pollyana Ferrari TEIXEIRA**  
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Rafael de Luna FREIRE**  
Universidade Federal Fluminense | Brasil
- Profª. Drª. Raquel RECUERO**  
Universidade Católica de Pelotas | Brasil
- Profª. Drª. Regina GOMES**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Regiane Miranda de Oliveira NAKAGAWA**  
Universidade Federal do Recôncavo da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Ricardo Ferreira FREITAS**  
Universidade do Estado do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Rodrigo do Espírito Santo da CUNHA**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Rogério Luiz COVALESKI**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Profª. Drª. Rosana Cabral ZUCOLO**  
Centro Universitário Franciscano | Brasil
- Profª. Drª. Rosana de Lima SOARES**  
Universidade de São Paulo | Brasil
- Profª. Drª. Rossana Viana GAIA**  
Instituto Federal de Alagoas | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Carlos de Moraes SQUIRRA**  
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Sebastião Faustino PEREIRA FILHO**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Arruda de MOURA**  
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro | Brasil
- Prof. Dr. Sérgio Luiz GADINI**  
Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil
- Profª. Drª. Silvana LOUZADA**  
Universidade Federal do Rio de Janeiro | Brasil
- Prof. Dr. Silvano Alves Bezerra da SILVA**  
Universidade Federal do Maranhão | Brasil
- Profª. Drª. Simone Maria ROCHA**  
Universidade Federal de Minas Gerais | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Aguiar LOPES**  
Universidade Federal de Sergipe | Brasil
- Profª. Drª. Sonia Virginia MOREIRA**  
Universidade Estadual do Rio de Janeiro | Brasil
- Profª. Drª. Suely Maria Maux DIAS**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Suzana KILPP**  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos | Brasil
- Profª. Drª. Suzana Oliveira BARBOSA**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Profª. Drª. Taciana de Lima BURGOS**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Prof. Dr. Thiago SOARES**  
Universidade Federal de Pernambuco | Brasil
- Prof. Dr. Valdecir BECKER**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Profª. Drª. Valquíria Aparecida Passos KNEIPP**  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte | Brasil
- Profª. Drª. Veronica STIGGER**  
Fundação Armando Álvares Penteado | Brasil
- Profª. Drª. Virginia Pradelina da Silveira FONSECA**  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul | Brasil
- Profª. Drª. Viviane BORELLI**  
Universidade Federal de Santa Maria | Brasil
- Profª. Drª. Zélia Leal ADGHIRINI**  
Universidade de Brasília | Brasil
- Prof. Dr. Walter Teixeira LIMA JUNIOR**  
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Washington José de SOUZA FILHO**  
Universidade Federal da Bahia | Brasil
- Prof. Dr. Wellington José de Oliveira PEREIRA**  
Universidade Federal da Paraíba | Brasil
- Prof. Dr. Wilson da Costa BUENO**  
Universidade Metodista de São Paulo | Brasil
- Prof. Dr. Wilton GARCIA**  
Universidade de Sorocaba | Brasil
- Prof. Dr. Yuji GUSHIKEN**  
Universidade Federal do Mato Grosso | Brasil



- 10** EDITORIAL  
EDITORIAL  
Paula de Souza PAES
- 13** “NÃO É MOMENTO”: enquadramentos noticiosos da Copa América 2021 no portal G1  
“IT’S NOT TIME”: news framing of Copa América 2021 on the G1 portal  
Ivan BOMFIM • Adriele SILVA
- 33** O WEBJORNALISMO NA AMAZÔNIA: notas sobre a história dos sites jornalísticos do Amapá  
THE WEBJOURNALISM IN THE AMAZON: notes on the history of Amapá’s news sites  
Abinoan SANTIAGO • Larissa Cantuária LUCENA • Angela Maria GROSSI
- 55** A HISTÓRIA DE UM ‘CRIMINOSO’: a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa  
THE STORY OF A ‘CRIMINAL’: the narrative of Marcão’s (un)construction in the pages of Ponta Grossa newspapers  
Afonso VERNER • Cíntia XAVIER
- 80** DESASTRE AMBIENTAL NA AMAZÔNIA: a cobertura da imprensa paraense sobre o “Caso Hydro”  
ENVIRONMENTAL DISASTER IN THE AMAZON: press coverage in Pará about the “Hydro Case”  
Ana Lúcia PRADO • Kelvin Santos de SOUZA
- 100** A (IN)VISIBILIDADE DA AUDIÊNCIA EM TELEJORNAIS DA REGIÃO NORTE  
THE (IN)VISIBILITY OF THE AUDIENCE IN LOCAL TV NEWS: aspects of the North region  
William CASTRO • Cleide Luciane ANTONIUTTI
- 118** ENTRE LIKES, HASHTAGS E VIRALIZAÇÕES: como a audiência potente contribui para a construção da notícia no NEI, da TV Globo”  
Among likes, hashtags and viralizations: how the powerful audience contributes to the construction of the news on NEI news  
Daniel LEAL • Giovana MESQUITA • Sarah RÉGO



**139** O JORNAL DA CULTURA NO CONTEXTO DA PÓS-DIGITALIZAÇÃO  
EM TEMPO DE PANDEMIA

THE JORNAL DA CULTURA IN THE CONTEXT OF POST-DIGITIZATION IN A TIME  
OF PANDEMIC

Valquíria KNEIPP



## EDITORIAL

**A** Revista Latino-americana de Jornalismo – ÂNCORA disponibiliza aos seus leitores o vol. 9, nº 1, de jan.jun. 2022, em fluxo contínuo a partir da seção Pauta Livre. Essa edição é composta por 7 (sete) artigos no escopo do campo do Jornalismo, consolidando discussões relevantes com temáticas como cobertura esportiva e seu entrelaçamento com a conjuntura política, o webjornalismo na Amazônia, notícias sobre espetacularização de criminosos, a cobertura de um crime ambiental, a invisibilidade da audiência, mas também a emergência de uma audiência potente. Este volume traz também na seção **ENCARTES**, um volume com as produções dos discentes do Programa de Pós-graduação em Jornalismo da UFPB. São os resumos dos projetos de pesquisa que eles (as) estão desenvolvendo e que foram apresentados na Jornada Discente de 2021, evento anual do Programa.

O primeiro artigo da edição, **“NÃO É MOMENTO”: enquadramentos noticiosos da Copa América 2021 no portal G1**”, de autoria de Ivan Bomfim e Adriele Silva, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). O texto faz uma análise dos enquadramentos noticiosos elaborados pelo portal g1 durante a cobertura da Copa América em 2021, realizada no Brasil com o objetivo de identificar estratégias e posicionamentos do Grupo Globo sobre a realização do torneio durante a pandemia.

**“O WEBJORNALISMO NA AMAZÔNIA: notas sobre a história dos sites jornalísticos do Amapá”**, assinado por Abinoan Santiago (UFSC), Larissa Lucena (Unesp) e Ângela Grossi (Unesp), é o segundo artigo. Os autores sistematizam as primeiras iniciativas de webjornalismo

EDITORIAL

do Amapá, a partir de entrevistas semiestruturadas com profissionais responsáveis que presenciaram o surgimento dessas iniciativas. O estudo abrange quatro sites noticiosos (*Correio de Santana*, *Diário do Amapá*, *G1 Amapá* e *SelesNafes.com*) e demonstra que cada veículo apresenta suas especificidades, apesar de terem surgido no mesmo contexto do avanço tecnológico da oferta de internet no estado.

O terceiro artigo, intitulado **"A HISTÓRIA DE UM 'CRIMINOSO': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa"**, de Cíntia Xavier e Afonso Ferreira Verner, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Trata-se de um estudo sobre um personagem (conhecido como Marcão) que figurava nas páginas policiais dos jornais de Ponta Grossa (PR), no final dos anos 1990. O artigo levanta discussão sobre o espaço de destaque que ele ganhou dos jornais, a partir da construção de uma narrativa jornalística que explorou seus assaltos e fugas até a sua morte.

O quarto texto, **"DESASTRE AMBIENTAL NA AMAZÔNIA: a cobertura da imprensa paraense sobre o "Caso Hydro"**, de Ana Lúcia Prado e Kelvin Santos de Souza, da Universidade Federal do Pará (UFPA), analisa a cobertura jornalística realizada pelos jornais paraenses (*O Liberal* e *Diário do Pará*) sobre o acidente ambiental ocorrido em Barcarena-PA, em fevereiro de 2018, envolvendo a empresa norueguesa Hydro/Alunorte. Os autores chegam a conclusão de que o ponto de vista científico impactou a cobertura do caso, influenciando a conduta da imprensa, que passou a se referir ao ocorrido como crime ambiental.

No quinto artigo, intitulado **"A (IN)VISIBILIDADE DA AUDIÊNCIA EM TELEJORNALIS LOCAIS: aspectos da região Norte"**, William Castro Moraes e Cleide Luciane Antoniutti analisam como os telejornais regionais colocam a audiência nas práticas jornalísticas dos

veículos de televisão líderes nos estados do Pará e Tocantins. Os resultados demonstram que a audiência ainda não tem a visibilidade – que os telejornais afirmam ter - em suas programações locais.

**“ENTRE LIKES, HASHTAGS E VIRALIZAÇÕES: como a audiência potente contribui para a construção da notícia no NE1, da TV Globo”** é o sexto artigo deste volume. Os autores, Daniel Leal, Giovana Mesquita, Sarah Rêgo, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), analisam o envolvimento da audiência potente (MESQUITA, 2014) no processo de construção da notícia, a partir de um estudo do NE1, programa jornalístico veiculado pela Rede Globo Nordeste. Para isso, foi realizado análise de conteúdo qualitativa e quantitativa das reportagens, buscando identificar os valores-notícias que estão presentes nos conteúdos enviados pela audiência para o telejornal.

Na seção **ENTREVISTA**, a professora da UFRN, Valquíria Kneipp, entrevista o jornalista Marcelo Tas. A Entrevista intitulada **“O JORNAL DA CULTURA NO CONTEXTO DA PÓS-DIGITALIZAÇÃO EM TEMPO DE PANDEMIA”** faz parte das atividades de pós-doutoramento da autora, realizado na Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, sobre "As mudanças na televisão aberta na era digital e as novas configurações do modo de produção e exibição no telejornalismo brasileiro (transmídia, crossmedia e TV Social)". O jornalista discute sobre o Jornal da Cultura, as fake News, a conjuntura política brasileira, entre outros assuntos.

Boa leitura e até o próximo número!

Paula de Souza PAES | **Editora**

# “NÃO É MOMENTO”: enquadramentos noticiosos da Copa América 2021 no portal G1

## “IT'S NOT TIME”: news framing of Copa América 2021 on the G1 portal

Ivan BOMFIM<sup>1</sup>

Adriele SILVA<sup>2</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

### Resumo

O presente artigo se propõe a analisar os enquadramentos noticiosos elaborados pelo portal g1 durante a cobertura da Copa América em 2021, realizada no Brasil. Por meio da análise indireta de enquadramento (VIMIEIRO, MAIA, 2011), buscou-se identificar estratégias utilizadas pelo Grupo Globo para a inserção de seus posicionamentos acerca da realização do torneio. A pesquisa revela que os frames constituídos indicam posicionamentos contrários à concretização da disputa em território brasileiro, sendo esta concepção estruturada por enunciados que destacam possíveis consequências negativas no que tange à situação da pandemia de Covid-19 no país.

### Palavras-chave

Copa América 2021; Portal G1; Enquadramentos jornalísticos; Covid-19; Acontecimento jornalístico.

### Abstract

This article aims to analyze the news frames elaborated by the g1 portal during the coverage of the Copa América in 2021, held in Brazil. Through indirect framing analysis (VIMIEIRO; MAIA, 2011), we sought to identify strategies used by Grupo Globo to insert its positions regarding the tournament. The research indicates that the constituted frames indicate positions against the implementation of the dispute in Brazilian territory, and this conception is structured by statements that highlight possible negative consequences regarding the situation of the covid-19 pandemic in the country.

### Keywords

Copa America 2021; Portal g1; Journalistic frames; Covid-19; Journalistic happening.

RECEBIDO EM 20 DE OUTUBRO DE 2021  
ACEITO EM 12 DE ABRIL DE 2022

<sup>1</sup> Professor do Departamento de Jornalismo e do Mestrado em Jornalismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Contato: ivanbp@uepg.br.

<sup>2</sup> Jornalista, mestranda no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Contato: adrie-lejose@hotmail.com.

## Introdução

Neste texto, investigamos os enquadramentos construídos pelo portal de notícias g1 acerca da realização da Copa América de futebol, torneio promovido pela Confederação Sulamericana de Futebol (Conmebol). Prevista para o meio do ano de 2020 com sede dividida entre Colômbia e Argentina, a disputa acabou ocorrendo no Brasil entre junho e julho de 2021. Com apoio do Governo Federal, a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) organizou o campeonato após a desistência das sedes originais, mesmo com a difícil situação sanitária do país. A decisão foi fortemente criticada por diversos setores da sociedade, como entidades do setor da Saúde, pesquisadores, grupos políticos e imprensa.

Buscamos analisar como o g1, veículo vinculado ao portal Globo.com e pertencente ao Grupo Globo (considerado o maior conglomerado midiático da América Latina), construiu enquadramentos sobre a realização do evento. A escolha do g1 é baseada especialmente em dois critérios: o Globo.com, do qual faz parte, é um dos sites de maior acesso<sup>3</sup> pelo público brasileiro; e as notícias trazem a perspectiva da empresa cujo canal de televisão (TV Globo) tradicionalmente transmitia o campeonato, o que não ocorre em 2021 por desentendimentos com a Conmebol.

## Um evento complexo: contextualizando a Copa América 2021

Disputada pela primeira vez em 1916, a Copa América é considerada a competição futebolística mais antiga do mundo. Promovida pela Conmebol, cujo surgimento advém da própria realização do primeiro Campeonato Sudamericano de Fútbol (organizado para celebrar o centenário da

---

<sup>3</sup> Quais são os 10 sites mais acessados no Brasil? Veja ranking, de 03/07/2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/ranking-mostra-os-10-sites-mais-acessados-no-brasil-e-no-mundo>. Acesso em: 22 set. 2021.

independência argentina). Tradicionalmente, reúne as dez seleções de países sulamericanos que compõem a organização e, eventualmente, outros times nacionais convidados.

A 47ª edição seria realizada entre junho e julho de 2020, mas foi adiada em virtude do agravamento da pandemia causada pela Covid-19. O torneio foi remarcado para junho/julho de 2021, com organização dividida entre Colômbia e Argentina, mas, em maio deste ano, a desistência dos colombianos e, em seguida, dos argentinos, fez surgir a necessidade de buscar outra sede. Com o apoio do Governo Federal, a Conmebol transferiu o campeonato para o Brasil, alegando que o país usufruía de ótima infraestrutura e era capaz de receber seleções, delegações e prestadores de serviço (CONMEBOL, 2021). Entre os dias 13 de junho e 10 de julho, as cidades de Brasília (DF), Cuiabá (MT), Goiânia (GO) e Rio de Janeiro (RJ) sediaram as partidas. A Copa motivou críticas por parte da população brasileira, de governantes, entidades do setor da saúde e imprensa, já que o país sofria com o aumento de casos de Covid-19 e com a falta de vacinação em massa.

A questão dos direitos de transmissão é de extrema importância para entender o contexto de realização do evento. Pela primeira vez o Grupo Globo não teve os direitos concedidos pela Conmebol, sendo estes fornecidos ao Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) em conjunto com dois canais de TV fechada, FOX Sports e ESPN Brasil. O grupo de comunicação carioca teria realizado<sup>4</sup> tentativas para transmitir o campeonato, mas não obteve sucesso, e a situação foi apontada pelo presidente brasileiro Jair Bolsonaro (sem partido) como uma das razões para que a emissora criticasse a disputa durante a pandemia.

Historicamente, a própria Globo foi vista como aliada da CBF, constituindo um acordo de cumplicidade (VIMIEIRO, 2017): a emissora

---

<sup>4</sup> Globo pediu perdão à Conmebol para transmitir Copa América, diz site, <https://www.poder360.com.br/midia/globo-pediu-perdao-a-conmebol-para-transmitir-copa-america-diz-site>. Acesso em: 18 set. 2021. SBT, que levou os direitos, e Globo se enfrentam sobre Copa América no Brasil, <<https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2021/06/sbt-que-levou-os-direitos-e-globose-enfrentam-sobre-copa-america-no-brasil.shtml>. Acesso em: 19 set. 2021.



blindava a organização esportiva de denúncias ao mesmo tempo que dispunha dos direitos para adequar os campeonatos entre clubes e os jogos da seleção brasileira à sua programação. Ademais, o ajuste possibilitou também a primazia sobre a transmissão da Copa do Mundo, organizada pela Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA).

No Brasil, a centralização dos direitos com a Globo por tanto tempo (47 anos no caso da Copa do Mundo da FIFA e 30 anos no Brasil) deu à rede poderes de mercado avassaladores, impostos às demais empresas de mídia, com precedência vantagens que se traduzem em acesso a públicos, poder político e relações privilegiadas com agências de publicidade e anunciantes (VIMIEIRO, 2017, p. 3-4, tradução nossa<sup>5</sup>).

Tendo em vista a complexidade engendrada pelas dinâmicas concernentes ao evento e sua cobertura noticiosa, é necessário analisar o portal de notícias g1. Este, mesmo sendo parte do portal Globo.com, pode ser considerado o principal veículo ciberjornalístico do Grupo Globo.

## **O portal g1**

O conteúdo jornalístico no ciberespaço é de acesso amplo e difuso. Esta infinidade de sites possui nos portais uma forma de organização, estruturação e visibilização, diz Herscovitz (2009). Para a autora, estas estruturas atuam como gatekeepers, filtrando a overdose de conteúdo informativo disponível na rede, fornecendo “um pouco de sentido e direção gratuitamente para os leitores, enquanto os jornais da mesma empresa dona dos portais cobram pelos acessos” (2009, s/p). Há um objetivo de instituir-se como “arena segura”, cuja base se encontra na dimensão de credibilidade - esta, estruturante da instância jornalística, é construída historicamente. Surgido em 2006, o g1 é considerado um portal de notícias que se encontra alocado em um outro portal maior, o Globo.com (NETO, BALDANZA, 2018). Estrutura-se

---

<sup>5</sup> No original: In Brazil, the centralisation of the rights with Globo for so long (47 years in the FIFA World Cup case and 30 years when it comes to Brasileira) has given the network overwhelming market powers, imposed on the other media companies, with precedence advantages that are translated into access to audiences, political power, and privileged relationships with publicity agencies and advertisers.

## “Não é momento”: enquadramentos noticiosos da Copa América 2021 no portal g1

de forma a disponibilizar conteúdos jornalísticos produzidos por todos os veículos do Grupo Globo, especialmente materiais oriundos das diversas sucursais do site no país. Segundo informações do próprio veículo<sup>6</sup>, possui mais de 400 jornalistas atuando em 52 redações em todos os estados brasileiros, com público de 66 milhões de pessoas por mês e mais de 30 milhões de seguidores nas redes sociais. Neto e Baldanza (2018) apontam que o acesso ao g1 é um dos principais atrativos do público que busca o Globo.com, corroborando a perspectiva de Herscovitz (2009):

O portal Globo.com informa, em sua descrição, que é o mais abrangente de todos os portais do Grupo Globo. Publica notícias oriundas dos portais do Jornal Nacional, da Rede Globo, do GNT, do Fantástico, de Revista Casa e Jardim e de vários outros. Apesar disso, é notável a quantidade de publicações provenientes do G1. Em 10 dias distintos, na seção mais nobre da Globo.com, foi detectado que cerca de 96% das publicações são procedentes do G1, constatando assim a semelhança entre Globo.com e G1. Tal equivalência demonstra que os muitos acessos recebidos por Globo.com é, em grande parte, de responsabilidade do G1 (NETO, BALDANZA, 2018, p. 31).

Segundo pesquisa de Massuchin e Tavares (2016), o perfil do público que acessa o g1 e o Globo.com, assim como também o site da Folha, diferencia-se do perfil dos leitores de UOL e Terra, outros portais populares no país. A principal distinção se dá no interesse por notícias de interesse público, mais destacado no primeiro grupo, contrastando com o interesse em conteúdo de entretenimento do segundo grupo. As características do veículo permitem estruturar uma visão geral da cobertura realizada sobre a Copa América 2021. Passamos à análise dos enquadramentos noticiosos efetivados pelo g1.

### ***Framing: a construção de enquadramentos noticiosos***

Faz-se importante entender elementos relativos à instituição das perspectivas de realidade empreendidas pelo jornalismo. Segundo Alsina (2009, p. 14), a notícia “é uma representação social da realidade cotidiana,

---

<sup>6</sup> Nova marca: g1 muda logo e adota letra minúscula. Disponível em: <https://g1.globo.com/g1-15-anos/noticia/2021/09/20/nova-marca-g1-muda-logo-e-adota-letra-minuscula.ghtml>. Acesso em: 25 set. 2021.

gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. Para o teórico, os jornalistas são agentes legitimados pela sociedade que possuem um papel fundamental na construção social da realidade.

O jornalista, na condição de sujeito ativo no processo de comunicação, tem o poder de selecionar um acontecimento em detrimento de outros, dando-lhe visibilidade em meio a muitos que não chegarão ao conhecimento da opinião pública, diz Alsina (2009). A formulação dos discursos veiculados pela imprensa passa pelos processos de atribuição de significados e enquadramentos, que fornecem aos acontecimentos maiores ou menores graus de importância, de acordo com fatores externos ou internos a produção, como constrangimentos organizacionais, visões de mundo do jornalista, ou até mesmo questões ideológicas, políticas ou econômicas.

Segundo Mouillaud (2012), é possível identificar tais estratégias em diversos recursos utilizados durante a construção da notícia, como a seleção das fontes, a escolha dos elementos multimídias, a ordem em que os fatos são apresentados ao público, assim como a seleção das palavras e os enquadramentos constituídos para a produção do acontecimento jornalístico. A perspectiva do enquadramento, também referida como framing, é tema de investigação de diversos autores da área, como Entman (1993), Porto (2004), Vimieiro e Maia (2011) e Goffman (2012). Este, em *Frame Analysis: an essay on the organization of the experience*, de 1974, aborda, pela primeira vez, a aplicação sistematizada do conceito de enquadramento nas interações sociais (PORTO, 2004). Goffman explica que o ser humano faz uso de quadros de referência, socialmente construídos, para interpretar as realidades. Tais quadros, classificados como “frames primários”, permitem que os indivíduos identifiquem e rotulem os acontecimentos, a fim de organizarem suas próprias percepções sobre o mundo (GOFFMAN, 2012). Conforme o autor, as perspectivas sobre algo ou alguém variam de acordo com as posições assumidas pelos atores sociais diante de um fato.

A noção de enquadramento é introduzida no jornalismo por Tuchman (2016), que afirma que as angulações fornecidas às notícias são o que as diferenciam de simples conversas e as transformam em instrumentos que norteiam e constroem a realidade social. Gamson e Modigliani (1989) afirmam os enquadramentos como componentes centrais dos chamados “pacotes interpretativos”. Estes, por sua vez, são formados por dispositivos simbólicos que se dividem em framing devices e reasoning devices (relativos à justificação).

Entman (1993, p. 52) sustenta que os processos de enquadramento demandam a atenção a elementos constitutivos de uma “realidade percebida e fazer eles mais salientes no texto comunicativo de modo a promover uma definição particular de um problema, interpretação causal, avaliação moral e/ou um tratamento recomendado para o item descrito”. Ele pontua elementos que caracterizam os enquadramentos, como palavras-chave e fontes de informação, e esclarece os processos de seleção e saliência que ocorrem durante o enquadramento midiático. A seleção envolve todas as atividades referentes à transformação do acontecimento em notícia, enquanto que a saliência diz respeito ao ato de deixar as informações mais chamativas e memoráveis para o público, seja por meio das repetições de conteúdos durante um período de tempo, seja pelo uso de símbolos culturais significativos para determinada audiência.

Porto (2004) traz uma nova classificação para os enquadramentos ao introduzir as noções de framing noticioso e interpretativo, sendo o primeiro apontado como “ângulo da notícia” e o segundo, como “padrão de interpretação que promove uma avaliação particular de temas e/ou eventos políticos, incluindo definições de problemas, avaliações, recomendações, etc” (PORTO, 2004, p.16). Para ele, as inúmeras definições de enquadramento apresentadas ao longo dos anos contribuem para o surgimento das divergências metodológicas e para a ideia de subjetividade, muito presente nas teorias relacionadas aos enquadramentos jornalísticos. Por conta disso,

Vimieiro e Maia (2011, p. 237) buscam novas metodologias “mais estruturadas e menos abstratas para a codificação dos frames”. Elas propõem uma “análise indireta de enquadramentos”, cuja condução é realizada a partir da perspectiva cultural, que analisa não só palavras-chave ou temáticas específicas, como também os contextos presentes no discurso. As autoras são a favor do desmembramento dos enquadramentos em elementos menores, já que assim seria possível conseguir atingir maior confiabilidade do que os estudos feitos diretamente nos enquadramentos.

Para a análise indireta, as autoras também recorrem às noções de pacotes interpretativos e dispositivos simbólicos de Gamson e Modigliani (1989). São utilizados durante a pesquisa empírica alguns elementos de framing devices, como metáforas, exemplos, slogans, representações e imagens visuais. Além disso, Vimieiro e Maia (2011) complementam a análise com a observação dos dispositivos citados por Entman (1993), como problema, causa, avaliação moral e solução.

Observa-se que na primeira etapa da análise indireta de frames é realizada a leitura flutuante do objeto de pesquisa e, então, é criada a lista de códigos com todas as respostas encontradas para as questões propostas por Gamson e Modigliani e por Entman (VIMIEIRO, MAIA, 2011). Feito isso, aglutina-se as respostas similares para então chegar a fase do cruzamento de dados. Neste momento, as autoras recorrem ao uso de um software para a contagem de dados, que possibilita o agrupamento das notícias de acordo com as características predominantes em cada uma delas. Com base nos resultados, retorna-se às notícias para analisar o ambiente socio-histórico e então nomear os enquadramentos dos conjuntos apontados pela contagem. A metodologia em questão, apesar de apontar como enquadramento somente os temas mais recorrentes nas notícias, pode ser considerada uma alternativa para os pesquisadores da área, já que se preocupa em reduzir os problemas

de abstração e subjetividade encontrados em outras abordagens sobre o framing.

## Enquadramentos da Copa América no G1

Após a exposição acerca dos principais conceitos relacionados à construção das notícias, bem como a apresentação das principais estratégias discursivas utilizadas para a inserção das angulações, o presente artigo se propõe a investigar os enquadramentos utilizados no g1 durante a cobertura da Copa América 2021. A atualidade do tema, bem como a repercussão midiática em virtude da ocorrência do evento no Brasil, são utilizados como critérios para a seleção do objeto de estudo. Com relação ao corpus de pesquisa, este é coletado a partir de publicações do portal g1, cuja relevância foi destacada anteriormente.

A metodologia utilizada é a análise indireta de enquadramento delineada por Vimieiro e Maia (2011), que propõe alternativas menos abstratas e subjetivas para a identificação dos frames noticiosos. No que diz respeito ao recorte temporal analisado, são selecionados os dias 31/05 (anúncio da ocorrência do evento no Brasil); 13/06 (primeiro jogo da fase de grupos); 02/07 (primeiro jogo das quartas de final); 05/07 (primeiro jogo da semifinal); 10/07 (final do campeonato) e 11 e 12/07 (dias posteriores ao evento). As notícias foram selecionadas a partir da palavra-chave “Copa América”, inserida no buscador de palavras disponibilizado pelo portal de notícias. Além disso, desconsidera-se as matérias divulgadas na página da “agenda do dia” e em outros veículos e portais do grupo, como Jornal Nacional e Globoesporte.com.

O processo de análise de enquadramento está estruturado em cinco etapas. Na primeira, realiza-se uma leitura flutuante das 22 matérias encontradas no g1 sobre o tema esportivo. Feito isso, cria-se uma lista de código com base nos principais elementos encontrados durante a leitura. A tabulação conta com os dispositivos propostos por Gamson e Modigliani (1989)

e por Entman (1993), mas sofre algumas modificações, de acordo com o conteúdo encontrado através da leitura parcial. Neste encadeamento, são listados os seguintes dispositivos: representações no corpo da matéria; representações na manchete e linha fina; fontes; problema; causa; julgamentos morais e solução.

Após a releitura aprofundada das matérias e o preenchimento completo da lista de códigos, é feito o cruzamento de dados para agrupar as notícias com características semelhantes. Ao contrário de Vimeiro e Maia (2011), que utilizaram um software de dados nesta etapa, opta-se por realizar o processo de forma manual, já que a quantidade de matérias analisadas é reduzida se comparada com a amostra das autoras. Por fim, levando em consideração os resultados obtidos e o ambiente sociohistórico de cada reportagem, são nomeados os enquadramentos delineados acerca das notícias sobre a Copa América 2021.

Considerando os dispositivos de análise propostos por Vimeiro e Maia (2011), bem como os acrescentados neste trabalho, contabilizam-se 233 representações no corpo da matéria; 45 representações na manchete e linha fina; 10 fontes; 10 problemas; 9 causas; 3 julgamentos morais; e 9 soluções. A partir dos dispositivos de representações, foi possível identificar os pacotes interpretativos e, conseqüentemente, definir os enquadramentos do evento esportivo. Assim, foram delineados 6 pacotes com 233 representações do corpo das matérias e com 45 representações da manchete e linha fina.

**Tabela 1** - Pacotes interpretativos das notícias do G1 sobre a Copa América

Pacotes	Soma das representações na manchete, linha fina e no corpo da matéria
Perfil/Descrição dos jogos	63
Manifestação positiva	14
Intervenção governamental	76
Manifestação contrária	40

Referência a pandemia	71
Infecção dos atletas	14
Total de representações	278

**Fonte:** Elaboração Própria (2021)

O pacote intitulado “perfil/descrição dos jogos” abrange representações voltadas para a ocorrência do evento em si, como informações sobre os jogos das rodadas, sobre os estádios e sobre as mudanças de sedes. Um exemplo deste agrupamento pode ser notado em uma matéria veiculada pelo portal no dia 31/05: “a Conmebol anunciou na manhã desta segunda-feira (31) que a Copa América deste ano será no Brasil. O torneio de futebol tem início marcado para daqui a 11 dias” (G1, 2021). Já o conjunto referente às manifestações positivas com relação ao torneio diz respeito a comentários ou opiniões favoráveis a ocorrência do mesmo, como se pode notar em trechos de outra notícia do mesmo dia: “Mourão não vê problema se as partidas ocorrerem sem torcida. Nas competições de clubes no Brasil, os jogos são de portões fechados” (G1, 2021a).

Quanto às intervenções governamentais, foram agrupadas todas as representações que se referem a medidas ou comentários proferidos por governantes/administrações com relação à realização do campeonato, como na notícia publicada em 31/05: “o governador paraibano João Azevêdo (Cidadania) se posicionou contra a realização de jogos da Copa América de 2021 na Paraíba” (G1, 2021b). Por sua vez, manifestações contrárias ao evento elencam uma série de críticas à Conmebol e ao Governo Federal feitas por governantes ou especialistas em saúde, como na seguinte citação: “Colega de Renan na CPI, Humberto Costa (PT-PE) afirmou que a realização do torneio no Brasil é uma ‘insanidade’ do presidente Jair Bolsonaro” (G1, 2021c).

O penúltimo pacote interpretativo é o das referências à pandemia, como quantidade de óbitos e quantidade de contaminados. Como exemplo: “o Brasil aceitou receber o torneio, mesmo diante dos alertas de uma terceira onda de Covid e já contabilizando mais de 462 mil mortos por Covid” (G1, 2021a). Por



fim, chega-se ao conjunto que enfoca infecções de atletas, abordando casos nos quais integrantes de comissões e jogadores foram diagnosticados com a doença durante a realização do evento. A própria manchete de conteúdo de 13/06 se encontra nesta perspectiva: “Três jogadores e um membro da comissão da Bolívia são diagnosticados com Covid-19 em Goiânia” (G1, 2021d).

Além dos pacotes interpretativos e respectivos enquadramentos, é possível identificar os problemas, causas e soluções apresentados pelo g1 na construção das notícias. No que diz respeito aos problemas, observa-se que a realização da Copa em meio à pandemia foi apontada em 8 oportunidades; a disseminação de novas variantes do Coronavírus, 2 vezes; os riscos de contaminação, 4 vezes; e o aumento de viagens dentro do país, 1 vez. Ademais, foram referenciados outros problemas em, pelo menos, um momento: colapso no sistema de saúde, pessoas contaminadas, aglomeração e regras estabelecidas para o evento. Não foi identificado nenhum problema em uma das matérias que compõem o corpus

As principais causas dos problemas foram: aumento do número de óbitos por Covid-19 (5); ocorrência do evento esportivo no Brasil (8); ocorrência do evento esportivo em determinado estado (1); falta de vacinas (2); desistência da Colômbia e da Argentina (1); andamento do processo de negociação da Copa (1); Estado não tem níveis de segurança epidemiológica (1); má administração na organização do evento (2); não há causa (1).

Quanto às soluções: “não realizar o evento no local/Estado” figura 8 vezes; “estabelecer como prioridade a vacinação” foi citada uma vez, assim como “realizar o evento sem torcida”. Além disso, foram indicadas, ao menos duas vezes, as seguintes sugestões: “discutir protocolos de prevenção à Covid-19”; “cumprir procedimentos previstos no protocolo de saúde”; e “punir infratores que burlam as regras sanitárias”. Não foram identificadas soluções em quatro das notícias analisadas.

O último dispositivo analisado é a escolha das fontes jornalísticas para a construção das notícias. A Conmebol foi citada 15 vezes; instituições de pesquisas científicas e o Ministério da Saúde, somente 1 vez. Os governos municipais e estaduais foram consultados 4 e 7 vezes, respectivamente; os especialistas de saúde foram entrevistados 5 vezes; e o vice-presidente da República, Hamilton Mourão, em 3 oportunidades. Além disso, políticos como senadores, deputados, prefeitos e ministros foram ouvidos pela imprensa 21 vezes, ao passo que as empresas privadas ligadas ao evento em 4 oportunidades.

É relevante apontar algumas reflexões acerca das estratégias discursivas utilizadas relação à escolha dos dispositivos analisados. Percebe-se o emprego de algumas estratégias que introduzem, de forma latente, posicionamentos do Grupo Globo sobre o evento. A tematização, um dos recursos utilizados para tornar um assunto mais destacado no texto (RODRIGO ALSINA, 2009), pode ser notada na análise do corpus. Das 22 matérias observadas, 17 evidenciaram a crise sanitária enfrentada pelo país após o anúncio dos jogos. Além disso, 12 conteúdos expuseram, nas manchetes, críticas ao campeonato através de citações diretas e indiretas das fontes. Segundo Tuchman (2016), o uso de citações é uma das estratégias utilizadas pelos jornalistas para inserirem suas opiniões sem sofrerem ataques ou críticas por parte dos leitores. A ação, compreendemos, vai além: a perspectiva editorial, muitas vezes, é visibilizada a partir das afirmações de personagens: “Governador do RS, Eduardo Leite, diz que receber Copa América seria ‘inoportuno’” (G1, 2021e); “‘E as vacinas?’, diz governador do Piauí sobre o país sediar a Copa América” (G1, 2021f); “‘Não é momento’: especialistas comentam decisão da Conmebol de sediar Copa América no Brasil” (G1, 2021g); “Senadores da CPI da Covid criticam Copa América no Brasil; ‘Escárnio’, diz relator” (G1, 2021h).

Ainda com relação aos títulos, a pesquisa EyeTrack07<sup>7</sup> estipulou que o leitor gasta, em média, um segundo para ler as manchetes no ambiente digital, o que significa que os visitantes leem, inicialmente, somente as duas primeiras palavras de cada manchete. Com base na análise do corpus selecionado, nota-se que as ações do governo e dos governantes foram colocadas em evidência, sendo contabilizadas 6 manchetes iniciadas por expressões como “governo diz (G1, 2021i)” e “Mourão diz” (G1, 2021a). Expressões negativas, que fazem referência a desaprovação do evento, apareceram em 4 situações, como em “AM não” (G1, 2021j) e “Pernambuco não” (G1, 2021k). Os pares de palavras “Copa América” foram encontrados em 4 notícias, enquanto que nomes próprios, como “estádio Mané Garrincha” e “governador do RS”, aparecem em 7 conteúdos. A referência direta a Covid-19 foi vista em uma produção, com a expressão “e as vacinas” (G1, 2021f). Destarte, o uso de termos negativos e a descrição de ações governamentais nas primeiras palavras dos títulos reforçam a noção de jornalismo declaratório como ferramenta para a transmissão das próprias opiniões do veículo de comunicação.

No que diz respeito às citações, das 10 fontes consultadas, 6 são oficiais, ou seja, ocupam um órgão público e representam o Estado. As fontes restantes se encaixam na categoria de fontes especialistas, sendo elas as instituições de pesquisas e os especialistas de saúde, e na categoria empresarial, com a Conmebol, as empresas ligadas aos estádios e a própria imprensa.

De todas as instituições, órgãos públicos e pessoas consultadas pelos jornalistas, 4 apresentam argumentos favoráveis à realização do torneio no Brasil e estão diretamente ligadas à autorização da competição. Além da Conmebol, integram esta lista o ministro da Casa Civil, Luiz Eduardo Ramos, o

---

<sup>7</sup> O EyeTrack07 é um dos estudos mais recentes desenvolvidos pelo centro de pesquisa e educação em jornalismo, Poynter Institute. A pesquisa analisa o comportamento do usuário durante a leitura de matérias jornalísticas no ambiente virtual. Disponível em: [guifra\\_2\\_Portugues.indd](http://guifra_2_Portugues.indd) (uenf.br). Acesso em: 30 set. 2021.

vice-presidente Hamilton Mourão e as empresas privadas responsáveis pelos estádios. Dos entrevistados, o único representado apenas por citações indiretas foi o ministro Ramos. A Conmebol, o vice-mandatário e as organizações privadas tiveram vozes representadas de forma direta. O discurso da organização esportiva revelando a transferência do campeonato para o Brasil, por exemplo, é citado seis vezes nas notícias, sendo sempre evidenciada a ligação de Jair Bolsonaro à aprovação do evento.

Ao serem trazidas falas do vice-presidente dizendo que o evento oferece menos risco do que ofereceria em outros países, são introduzidos comentários dos próprios jornalistas ou de entrevistados que contradizem suas afirmações, conforme nota-se nos seguintes trechos: “o Brasil aceitou receber o torneio, mesmo diante dos alertas de uma terceira onda de Covid e já contabilizando mais de 462 mil mortos por Covid” (G1, 2021a); “Jamal Suleiman, infectologista do Hospital Emílio Ribas, classificou a decisão como ‘inacreditável’ e ‘leviana’” (G1, 2021g). Neste sentido, nota-se que, além de representar as próprias opiniões do jornalista, a escolha do uso do discurso direto pela imprensa também pode indicar o distanciamento do que foi dito por não concordar com as falas do entrevistado

Por fim, a última estratégia discursiva que auxilia na identificação dos enquadramentos são as repetições de determinadas palavras ao longo do corpus. Apesar de não indicarem os enquadramentos, elas fornecem pistas sobre elementos salientados durante a construção das notícias. No caso deste trabalho, as palavras-chave mais usadas nas notícias são “Covid-19”, com 30 repetições e “não”, que foi referenciada 44 vezes. No contexto apresentado, o primeiro termo, por óbvio, visibiliza a ocorrência do período pandêmico. Por sua vez, a reiteração negativa se encontra relacionada a afirmações que destacam elementos de rejeição ao campeonato futebolístico. A título de amostra, alguns trechos da matéria Governador se posiciona contra realização de jogos da Copa América na Paraíba dão a ver a tal sistemática:

Ivan **BOMFIM** · Adrielle **SILVA**

João Azevêdo utilizou suas redes sociais para dizer que não há possibilidades de o estado receber grandes eventos esportivos neste atual momento de pandemia. (...). Ele usou as suas redes sociais no final da tarde desta segunda-feira (31) para dizer que não é a hora de sediar grandes eventos porque o estado vive “um aumento nos números da Covid-19”. (G1, 2021b, grifos nossos).

Perante as exposições realizadas neste debate e levando em consideração os enquadramentos encontrados a partir dos pacotes interpretativos, pode-se concluir que as notícias sobre a Copa América veiculadas pelo g1 apresentam uma inclinação contrária à realização do evento no país. A cobertura empreendida pelo portal, no geral, traz informações apresentadas a partir de frames negativos, com destaque a declarações contrárias ao torneio por parte de autoridades políticas e sanitárias. Os conjuntos de problemas, causas e soluções apontados estruturam horizontes interpretativos que reforçam as ideias de que a Copa América pode ocasionar uma piora do já difícil cenário da pandemia no Brasil. Tendo em vista a necessidade de distanciamento social enfrentada pela população desde o início do ano de 2020, a possibilidade de aumento de contaminações em decorrência dos fluxos de pessoas e possíveis aglomerações e o perigo da disseminação de novas variantes do vírus causador da Covid-19 constitui um risco inaceitável.

Importa perceber, também, que a constituição dos quadros indica que as motivações políticas do governo federal em relação ao torneio são de grande importância para compreender o acontecimento. As falas oficiais deste Poder e a conjunção de interesses em relação à Conmebol são destacadas, com menções diretas às manifestações de desejo do presidente Bolsonaro em sediar o torneio.

## **Considerações Finais**

A investigação levada a cabo buscou delinear os enquadramentos noticiosos atribuídos pelo portal de notícias g1 ao anúncio feito pela Conmebol acerca da realização da Copa América no Brasil. A partir do exame de 22

matérias, identificamos seis enquadramentos principais: perfil/descrição dos jogos; casos de contaminação; dados relativos à pandemia; intervenções governamentais e manifestações positivas e negativas com relação ao torneio.

Além disso, conseguimos destacar os problemas, as causas e soluções apontadas pelas reportagens com relação ao evento futebolístico. A realização da Copa em meio à pandemia, por exemplo, destacou-se como um dos principais percalços abordados pelos jornalistas. O número de óbitos por Covid-19 e a não realização do evento surgiram, respectivamente, como as causas e soluções mais retratadas pelos comunicadores. Outros apontamentos foram levantados, como a seleção majoritária de fontes contrárias à concretização do evento no país e a reiteração de possíveis consequências negativas no cenário da emergência sanitária em território brasileiro. Notamos que tais resultados foram obtidos após a análise de um corpus reduzido se comparado ao volume total de notícias veiculadas à época, o que significa que novos estudos podem revelar outros enquadramentos, de acordo com interpretações e a quantidade de matérias selecionadas pelos autores durante a pesquisa. Apesar disso, pode-se afirmar que a presente análise identificou a predominância de declarações negativas sobre o evento por parte do g1, o que corrobora a perspectiva de que o Grupo Globo se manteve contrário à realização do torneio no Brasil, embora tal posicionamento não tenha sido comunicado de forma oficial.

Essas considerações, a propósito, abrem margem para novas reflexões e investigações acerca das reais intencionalidades dos discursos jornalísticos aqui observados, haja vista que o acontecimento noticioso selecionado está atrelado não só a esfera esportiva como também aos cenários políticos e sanitários, o que indica que os frames negativos podem estar relacionados às divergências políticas entre o grupo midiático carioca e o Governo Federal, considerando que o torneio recebeu o aval de Jair Bolsonaro, assim como é possível que as construções narrativas tenham levado em conta o agravamento significativo da crise sanitária enfrentada pelo país no período

em que a Copa foi transferida ao Brasil. Em ambas as hipóteses, entretanto, percebe-se o imbricamento entre o jornalismo - no caso, o esportivo - e o campo político, configurando então uma luta de poderes que envolve interesses econômicos e políticos e culmina na construção da opinião pública a respeito da ocorrência do torneio.

Neste trabalho, optamos pela hipótese de que o veículo se ateuve, principalmente, à questão sanitária ao evidenciar os problemas relacionados à ocorrência do campeonato. Embora os desígnios empresariais e políticos sejam elementos indissociáveis da instituição de enquadramentos noticiosos, acreditamos que os frames se relacionam a entendimentos compartilhados sobre a insensatez de se realizar uma disputa futebolística em um país com centenas de milhares de vítimas mortais de uma enfermidade que parou o mundo. Apesar disso, é válido ressaltar a importância de novas pesquisas que investiguem a fundo as intencionalidades presentes nesta narrativa esportiva, além de seus impactos na formação da agenda pública.

## Referências

- CONMEBOL. **Copa América 2021**. Disponível em: [www.copaamerica.com/pt](http://www.copaamerica.com/pt). Acesso em: 25 ago. 2021.
- ENTMAN, R. Framing: toward clarification of fractured paradigm. **Journal of Communication**, v.43, n.4, p.51-58, set/dez, 1993.
- GAMSON, W.; MODIGLIANI, A. **Media discourse and public opinion on nuclear power: a constructionist approach**. American Journal of Sociology, v. 95, p. 1-37, 1989.
- GOFFMAN, E. **Os quadros da experiência social: uma perspectiva de análise**. Petrópolis: Vozes, 2012.
- HERSCOVITZ, H. Características dos portais brasileiros de notícias. **Brazilian Journalism Research**, v. 5, n. 1, 2009.
- MASSUCHIN, M.; TAVARES, C. Interesse dos leitores e produtores em perspectiva comparada: uma análise da produção jornalística e das notícias mais lidas durante o período eleitoral de 2014. In: CERVI, E.; MASSUCHIN, M.; CARVALHO, F. (Orgs). **Internet e eleições no Brasil**. Curitiba: CPOP, 2016.
- MOUILLAUD, M.; PORTO, S. (orgs). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.

PORTO, M. **Enquadramentos da mídia e política.** In: RUBIM, A. (org.). Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador. EDUFBA, 2004.

NETO, W.; BALDANZA, R.; O que os brasileiros curtem? Um estudo acerca das interações dos brasileiros em postagens de grandes portais de notícias no Facebook. **Mediaciones Sociales** (UCM), 17, 25-45, 2018.

ALSINA, M. **A construção da notícia.** Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

TUCHMAN, G. **A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas.** In: TRAQUINA, N. (org.). Jornalismo: questões, teorias e estórias. Florianópolis: Insular, 2016.

VIMIEIRO, A. Sports Journalism, Supporters and new Technologies: Challenging the usual complicity between media and football institutions. **Digital Journalism**, vol. 5, 2017.

VIMIEIRO, A.; MAIA, R. **Análise indireta de enquadramentos da mídia: uma alternativa metodológica de frames culturais.** Revista Famecos. Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 235-252, 2011.

### Matérias do *corpus* referenciadas

G1 (2021). **Copa América no Brasil: veja números da piora da pandemia na América do Sul.** Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/05/31/copa-america-suspensa-veja-numeros-da-piora-da-pandemia-na-america-do-sul.ghtml>. Acesso em: 30 set. 2021.

G1 (2021a). **Mourão diz que Copa América no Brasil representa 'menos risco' que na Argentina.** Disponível em <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/05/31/mourao-diz-que-copa-america-no-brasil-representa-menos-risco-que-na-argentina.ghtml>>. Acesso em: 30 set. 2021.

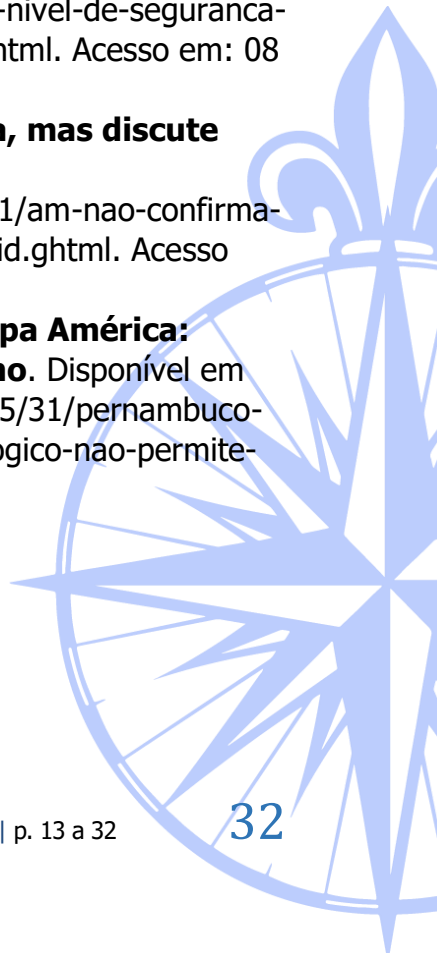
G1 (2021b) **Governador se posiciona contra realização de jogos da Copa América na Paraíba.** Disponível em: <https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/2021/05/31/governador-se-posiciona-contr-realizacao-de-jogos-da-copa-america-na-paraiba.ghtml>. Acesso em: 30 set. 2021.

G1 (2021c). **Senadores da CPI da Covid criticam Copa América no Brasil; 'Escárnio', diz relator.** Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/05/31/renan-chama-copa-america-no-brasil-de-campeonato-da-morte-e-escarnio.ghtml>. Acesso em: 30 set. 2021.

G1 (2021d). **Três jogadores e um membro da comissão da Bolívia são diagnosticados com Covid-19 em Goiânia.** Disponível em: <https://g1.globo.com/go/goias/noticia/2021/06/13/tres-jogadores-e-um-membro-da-comissao-da-bolivia-sao-diagnosticados-com-covid-19-em-goiania.ghtml>. Acesso em: 30 set. 2021



- G1 (2021e). **Governador do RS, Eduardo Leite, diz que receber Copa América seria “inoportuno”**. Disponível em: <https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2021/05/31/governador-do-rs-eduardo-leite-diz-que-receber-copa-america-seria-inoportuno.ghtml>. Acesso em: 08 out. 2021.
- G1 (2021f). **“E as vacinas?”, diz governador do Piauí sobre o país sediar a Copa América**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2021/05/31/e-as-vacinas-diz-governador-do-piaui-sobre-o-pais-sediar-a-copa-america.ghtml>. Acesso em: 08 out. 2021.
- G1 (2021g). **“Não é momento”**: especialistas comentam decisão da Conmebol sediar Copa América no Brasil. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2021/05/31/especialist-as-sediar-copa-america-no-brasil.ghtml>. Acesso em : 30 set. 2021.
- G1 (2021h). **Senadores da CPI da Covid criticam Copa América no Brasil; “Escárnio”, diz relator**. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/05/31/renan-chama-copa-america-no-brasil-de-campeonato-da-morte-e-escarnio.ghtml>. Acesso em: 30 set. 2021.
- G1 (2021i). **Governo diz que RN não tem “nível de segurança epidemiológica” para receber jogos da Copa América**. Disponível em : <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2021/05/31/governo-diz-que-rn-nao-tem-nivel-de-seguranca-epidemiologica-para-receber-jogos-da-copa-america.ghtml>. Acesso em: 08 out. 2021.
- G1 (2021j). **AM não confirma sediar Copa América, mas discute protocolo contra Covid em jogos**. Disponível em: <https://g1.globo.com/am/amazonas/noticia/2021/05/31/am-nao-confirma-sediar-copa-america-mas-discute-protocolo-contracovid.ghtml>. Acesso em: 08 out. 2021.
- G1 (2021k). **Pernambuco não sediará jogos da Copa América: ‘cenário epidemiológico não permite’, diz governo**. Disponível em <<https://g1.globo.com/pe/pernambuco/noticia/2021/05/31/pernambuco-nao-sediara-jogos-da-copa-america-cenario-epidemiologico-nao-permite-diz-governo.ghtml>>. Acesso em: 08 out. 2021.



# O WEBJORNALISMO NA AMAZÔNIA: notas sobre a história dos sites jornalísticos do Amapá

## THE WEBJOURNALISM IN THE AMAZON: notes on the history of Amapá's news sites

Abinoan SANTIAGO<sup>1</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

Larissa Cantuária LUCENA<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista | Brasil

Angela Maria GROSSI<sup>3</sup>

Universidade Estadual Paulista | Brasil

### Resumo

Este artigo tem como objetivo a sistematização inédita das primeiras iniciativas de webjornalismo do Amapá que ainda permanecem no mercado da Amazônia brasileira. Utiliza-se história oral como metodologia para coleta de dados a partir de entrevistas semiestruturadas com profissionais responsáveis que presenciaram o lançamento dessas iniciativas. O mapeamento compreende o período a partir de 2012, ano em que chegou a terceira geração de internet móvel no Amapá, até 2020. O estudo abrange quatro sites noticiosos e mostra que cada veículo apresenta suas próprias peculiaridades, apesar da semelhança de terem surgido no mesmo contexto de avanço tecnológico de oferta de internet no estado.

### Palavras-chave

Webjornalismo; História do webjornalismo; Mapeamento histórico; Amapá; Amazônia.

### Abstract

This article aims at the unprecedented systematization of the first web journalism initiatives in Amapá that still remain in the Brazilian Amazon market. Oral history is used as a methodology for data collection from semi-structured interviews with responsible professionals who witnessed the launch of these initiatives. The mapping covers the period from 2012, the year in which the third generation of mobile internet in Amapá arrived, until 2020. The study covers four news sites and shows that each vehicle has its own peculiarities, despite the similarity of having emerged in the same context of technological advances in the internet offer in the state.

### Keywords

Webjournalism; History of webjournalism; Historical mapping; Amapá; Amazon.

RECEBIDO EM 10 DE SETEMBRO. DE 2021  
ACEITO EM 05 DE MAIO DE 2022

<sup>1</sup> Doutorando em Sociologia Política na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Contato: abinoansantiago@gmail.com.

<sup>2</sup> Doutoranda em Mídia e Tecnologia pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" (Unesp - Campus de Bauru), com bolsa Capes. Contato: larissa.cantuaria@unesp.br.

<sup>3</sup> Docente do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia, em nível de Doutorado (Unesp). Contato: angela.grossi@unesp.br.

## Introdução

**N**ão é temerário dizer que o jornalismo na internet e suas ramificações podem ser considerados uns dos temas mais pesquisados do campo desde o início do século XXI. A partir do fim dos anos 1990 e início dos anos 2000, o jornalismo passa por mudanças pela apropriação do desenvolvimento tecnológico de comunicação. A mobilidade dada pelos smartphones, o uso de aplicativos de troca de mensagens instantâneas, as mídias sociais como influente editorial sobre o que vira notícia e a migração da produção dos impressos para a internet são exemplos das transformações provocadas pelas tecnologias digitais (PRIMO, 2011; BARBOSA, 2013; ROCHA; CAVALCANTI, 2017).

Com intenção de abranger redações fora dos grandes centros populacionais brasileiros, este breve estudo mapeia as primeiras iniciativas do webjornalismo que ainda permanecem no mercado local do Amapá, estado da Amazônia brasileira.

A pesquisa é um estudo empírico de caráter regional sobre o Correio de Santana<sup>4</sup>, Diário do Amapá<sup>5</sup>, G1 Amapá<sup>6</sup> e SelesNafes.com<sup>7</sup> em relação aos aspectos históricos. Eles fazem parte de um fenômeno macro de mudanças estruturais provocadas pelo avanço tecnológico em âmbito local, pois o estado passou a ter internet banda larga apenas a partir de 2012. Isso provocou o surgimento tardio dos sites em comparação às transformações contemporâneas da atividade, que já eram vividas nos grandes centros do mercado jornalístico brasileiro.

<sup>4</sup> <https://correiodesantana.com.br/>

<sup>5</sup> <https://www.diariodoamapa.com.br/>

<sup>6</sup> <https://g1.globo.com/ap/>

<sup>7</sup> <https://selesnafes.com/>

Sendo assim, surge a seguinte indagação: como se deu o processo de configuração da gênese das redações de webjornalismo no Amapá? O estudo se mostra relevante a partir de um vazão científico de artigos em periódicos e pesquisas de pós-graduação que versam sobre a história do webjornalismo da região, afirmação evidenciada e detalhada por Santos (2019) e Lucena (2020): não existe uma compilação histórica do jornalismo praticado na web em âmbito local, sendo necessário o esforço de preenchimento desta lacuna.

O filtro pelos quatro veículos é fundamentado por serem redações exclusivamente de webjornalismo pós-2012 e as únicas que conseguiram sobreviver no mercado. Este artigo engloba o recorte temporal de 2013 a 2020, resultante de dissertações defendidas pelos seus referidos autores (SANTOS, 2019; LUCENA, 2020)<sup>8</sup>.

Dos quatro sites, o mais antigo é o G1 Amapá, criado em junho de 2013. No mesmo ano, em dezembro, surgiu o SelesNafes.com. Em seguida, o Diário do Amapá e Correio de Santana migraram as redações dos jornais impressos para o webjornalismo, respectivamente em 2014 e 2015. Antes deles, outros sites surgiram, porém permaneceram pouco tempo em atividade ou tornaram-se blogs pessoais dos jornalistas que editavam a página<sup>9</sup>, o que os exclui do mapeamento.

Metodologicamente, a catalogação das primeiras iniciativas do webjornalismo utiliza a história oral com entrevistas<sup>10</sup> inéditas e/ou já publicadas. Para este artigo, apoiamos-nos em quatro entrevistas semiestruturadas realizadas presencialmente, sendo três com os fundadores e proprietários dos veículos de comunicação (Correio de Santana, Diário do Amapá e SelesNafes.com), e uma com a então coordenadora (G1 Amapá). A

---

<sup>8</sup> Em razão da limitação das regras editoriais, sugerimos as leituras das dissertações de Santos (2019) e Lucena (2020) para o aprofundamento sobre a gênese e o contexto do jornalismo do Amapá.

<sup>9</sup> A jornalista Alcinéa Cavalcante é considerada a primeira amapaense a publicar notícias na internet, com o blog Liberdade de Expressão, em 1996.

<sup>10</sup> Os entrevistados assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido nas dissertações de Santos (2019) e Lucena (2020).

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

escolha dos entrevistados ocorreu por serem personagens que vivenciaram a gênese dos sites analisados. As perguntas abrangeram as razões para o surgimento das empresas, lógicas de produção de notícia, sustentabilidade financeira, recursos técnicos e visuais, e linha editorial.

Estruturamos este artigo primeiramente sobre as características do webjornalismo, seguido do histórico sobre a chegada da banda larga ao Amapá, o qual afetou no mercado jornalístico local. O texto finaliza com o mapeamento dos sites analisados.

## **As gerações do jornalismo na web**

Partimos da compreensão de que diferentes nomenclaturas são designadas para conceituar as características do jornalismo na web: ciberjornalismo (SALAVERRÍA, 2009), jornalismo digital (MACHADO *et al.*, 2007) e jornalismo online (PALACIOS, 2003). Utilizaremos a tipologia webjornalismo, segundo as categorias organizadas por Canavilhas (2014), com hipertextualidade, multimídia, interatividade, memória, instantaneidade, personalização e ubiquidade.

Nesta linha, Mielniczuk (2003) aponta as gerações do jornalismo na web, tendo como base três divisões. A primeira, ainda reconhecida como jornalismo online, trata-se da transposição das principais matérias para a internet. A segunda surge a partir do aperfeiçoamento e desenvolvimento da estrutura técnica da internet no Brasil, “quando, mesmo atrelado ao modelo do jornal impresso, começam a ocorrer experiências no produto jornalístico na tentativa de explorar as características oferecidas pela rede” (MIELNICZUK, 2003, p. 34), tais como interatividade e hipertexto. Na terceira, já caracterizada como webjornalismo, é possível observar tentativas de explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos, apresentando, entre outras possibilidades, recursos em multimídia.

Barbosa (2013) complementa com a quarta evolução do webjornalismo, marcada pelo desenvolvimento do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados, que, ao contrário das demais gerações, não ocorre de modo uniforme para todos os produtos jornalísticos. Na quinta geração, destaca-se a interseção dos dispositivos móveis, especialmente smartphones e tablets.

Na tabela a seguir, resumimos as fases do jornalismo praticado no meio online salientadas por Mielniczuk (2003), Machado *et al.* (2007) e Barbosa (2013). Embora as gerações sejam complementares, o que determina a passagem está relacionada ao modelo predominante nas demais posições secundárias. Seguindo essa escala evolutiva, o webjornalismo de quinta geração se instalou no Amapá somente em 2013.

**Tabela 1 – Fases do Webjornalismo**

<b>Escala evolutiva</b>	<b>Características</b>
Primeira geração (1995-1997)	Transposição dos conteúdos dos meios tradicionais
Segunda geração (1997-1999)	Aproveitamento dos jornais impressos, mas tendo a exploração das potencialidades oferecidas pela internet
Terceira geração (1999-2002)	Lançamento de produtos específicos para web
Quarta geração (2002 em diante)	Desenvolvimento do Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados
Quinta geração	Interseção dos dispositivos móveis (smartphones e tablets)

**Fonte:** elaborado pelos autores, com base em Mielniczuk (2003), Machado *et al.* (2007) e Barbosa (2013).

Em função das distintas formas de experiências compartilhadas proporcionadas pela internet (PRIMO, 2011), a última geração do webjornalismo possibilita maior participação do leitor tanto na construção

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

quanto na disseminação de conteúdos noticiosos. Ao contrário das limitações associadas pelas características dos veículos tradicionais (jornais impressos, emissoras de televisão e estações de rádio), o desenvolvimento da rede se adapta às novas realidades (ROCHA; CAVALCANTI, 2017) agregando as múltiplas áreas que contemplam a atividade jornalística – como linguagens, relacionamento com a audiência, ubiquidade e temporalidade da informação (SALAVERRÍA, 2009).

É fato as mudanças ocorridas no relacionamento entre jornalistas e fontes de informação, motivadas pela expansão no uso dos dispositivos móveis e na mobilidade dos consumidores de notícias (ROCHA, 2015). As redes sociais e os aplicativos de mensagens, por exemplo, facilitam o envio de mídia do público diretamente para a redação. Por outro lado, Barbosa (2013) e Rocha (2015) também analisam as mudanças na construção do texto, que se adapta para a leitura em tablets e smartphones.

O cenário contemporâneo do jornalismo praticado para a internet, portanto, apresenta uma “atuação conjunta, integrada, entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos” (BARBOSA, 2013, p. 33). A presença de diversos formatos nas publicações – tais como textos, fotos, áudios, vídeos, infográficos, *slideshows*, *newsgames* e linhas de tempo – mostra que as atuais rotinas de produção compõem um grupo jornalístico multimídia que não indica concorrência entre o webjornalismo e os meios tradicionais.

## **A chegada da internet no Amapá**

A escolha pelo jornalismo na internet no Amapá se deu pela emergência de quatro sites alinhados ao contexto do avanço tecnológico de comunicação no estado. Esse desenvolvimento telemático aconteceu de forma tardia em

relação ao restante do país. A consequência disso é que o webjornalismo teve um crescimento somente a partir de 2012.

Apesar de elencar como corpus quatro sites de notícias, ressaltamos que blogs e páginas de mídias sociais com fins jornalísticos também surgiram a partir desse ano. Além disso, mesmo este artigo tendo como foco o webjornalismo, é válido citar que a tecnologia de internet influenciou outros tipos de meios de comunicação, como no rádio (com transmissão da programação ao vivo pela web) e TV (com entradas ao vivo em telejornais por meio de um equipamento chamado de “mochilink”, que substituiu os “carros-links”).

Essas novidades também aconteceram somente com a chegada da internet banda larga no Amapá. Por isso que, para entender as configurações da gênese do webjornalismo amapaense, necessariamente devem ser levados em consideração os recentes aspectos tecnológicos do estado.

Em 2012, foi lançada, inicialmente apenas para Macapá, a terceira geração de internet móvel, conhecida por 3G (SILVA, 2016). Mesmo sendo uma capital de estado, somente oito anos depois de a tecnologia chegar ao Brasil, em 2004 (ESTADÃO, 2008), que a cidade teve acesso a esse serviço. Em razão do monopólio ser exercido por apenas uma empresa, o feito não alcançou popularidade devido aos altos preços (SILVA, 2016).

Dois anos depois, em 2014, o Amapá passou a ter à disposição a quarta geração de internet móvel – 4G (SANTIAGO, 2014), possibilitando a velocidade de troca de dados até dez vezes superior ao 3G (SILVA, 2016). Nesse caso, o serviço foi implantado por meio da parceria das empresas TIM e Vivo, que detinham 21% e 61% do mercado amapaense, respectivamente, o que tornou a tecnologia popular.

Além de abranger as maiores parcelas de usuários, a internet teve preço agregado menor ao praticado pelo 3G por causa do baixo custo investido pelas operadoras de telefonia, pois ambas aproveitaram de uma rede de fibra ótica



Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

pública do governo federal. Isso colocou o estado no circuito nacional de banda larga móvel, interligando Tucuruí, no Pará, à cidade de Macapá, pelo Linhão de Tucuruí.

No mesmo ano, a banda larga por fibra ótica, internet usada em computadores em rede e wi-fi, chegou ao estado após intervenções de capitais privados em consonância com incentivos fiscais do governo estadual e a construção bilionária pela União de um linhão energético (SILVA, 2016). O Amapá, que antes acompanhava temporalmente os primeiros avanços tecnológicos na era da sociedade em rede, estagnou por um longo período, ao ponto de deixar Macapá como a única capital brasileira que não possuía o serviço até a década de 2010 (COISSI; MAIA, 2014).

Antes, a oferta era via rádio, com internet comprada de operadores de Belém (PA) por provedores amapaenses. O sinal da tecnologia era transmitido da cidade de Barcarena, no estado paraense, para Macapá por meio de antenas com 40 quilômetros de distância uma das outras. A cada repetição de sinal, a velocidade da internet diminuía, fazendo o serviço chegar ao Amapá com uma qualidade bem inferior, sendo ainda pior em dias com oscilações climáticas (SILVA, 2016).

Com mais oferta de internet, o celular passou a ser o segundo equipamento mais usado para acessar informações entre a população amapaense, ficando atrás somente da televisão, de acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2017). No ano seguinte, última divulgação da pesquisa, o Amapá apareceu como o estado da Amazônia com mais domicílios com acesso à internet (IBGE, 2018). Segundo a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL, 2021), outros indicadores são o aumento da contratação de pacotes de banda larga fixa, que cresceu de 15.617 para 103.423, entre 2014 (ano da oferta da banda larga por fibra ótica) e 2020, representando uma elevação de 562%; e o estado com mais domicílios

com acesso à internet na Amazônia, com densidade de 42,2 para cada grupo de 100 mil residências.

## **A gênese dos sites jornalísticos no Amapá**

Menos de um ano após a chegada do 3G, houve o lançamento dos primeiros webjornais. O Portal Cotidiano – criado por Abinoan Santiago, Dyepeson Martins e John Pacheco – foi o pioneiro, permanecendo no ar de fevereiro a dezembro de 2013, com atualizações instantâneas factuais, além do ineditismo de uma webrádio e webtv. Em junho daquele ano, a afiliada do G1 se instalou no Amapá, seguido pelo surgimento do SelesNafes.com em dezembro.

É interessante notar que em 2014, com a transmissão da banda larga e do serviço 4G, houve a consolidação dos sites SelesNafes.com e G1 Amapá. Também foi a oportunidade do Diário do Amapá disponibilizar mais conteúdos para a versão online. No ano seguinte, a inserção do Correio de Santana reforça que o jornalismo na internet apresenta crescimento com um público em potencial. Uma evidência de como isso se refletiu no mercado local é a de que os sites estão como o tipo de mídia que mais emprega jornalistas no estado, com 21,8% (SILVA, 2017).

## **G1 Amapá: o fortalecimento do Grupo Globo no estado**

O G1 no Amapá surgiu como meta de expansão do Grupo Globo, que planejava ter o site em todas as afiliadas para atingir maior onipresença do público local e regional. Assim, em 7 junho de 2013, Macapá se tornou a penúltima capital a receber uma redação do G1, antecedendo Palmas (TO).

Cabe destacar que o G1 Amapá representa um marco na história do jornalismo. Até então, as notícias no meio online eram divulgadas por blogueiros e veículos que ainda faziam parte do webjornalismo de segunda geração, isto é, a transposição do conteúdo impresso para a plataforma digital

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

atrelada às características da web, como interatividade e hipertexto (MIELNICZUK, 2003; MACHADO *et al.*, 2007). A introdução do site contribuiu com a evolução para a quinta geração, já que os jornalistas intensificaram o uso dos dispositivos móveis tanto no contato com as fontes quanto no envio de material para redação durante a cobertura do acontecimento.

A então coordenadora do G1 Amapá, Lorena Kubota (2018)<sup>11</sup>, lembra que iniciou a transição para o webjornalismo sem experiência sobre as rotinas de produção dos sites. Ela relata que, mesmo diante da crise dos veículos tradicionais, ainda não havia “despertado” para o mercado online devido ao entusiasmo em exercer a função como editora-chefe no jornalismo impresso. Apesar disso, aceitou o convite concedido pelo gerente de jornalismo da Rede Amazônica (afiliada à Rede Globo no estado), Arilson Freires, para uma entrevista de emprego.

Durante o encontro, Kubota revela que não possuía conhecimento de como seria o funcionamento do G1 no estado e a formação da equipe jornalística. Isso a fez acreditar que voltaria a atuar como repórter. No dia seguinte, recebeu a proposta de emprego para a coordenação do site, com salário menor ao de editora no veículo impresso. A decisão em aceitar ocorreu por motivos pessoais: “Ainda que eu gostasse, tinha família para alimentar e estava vendo que daqui a pouco iria ficar sozinha fazendo o jornal” (KUBOTA, 2018).

Kubota se tornou a primeira funcionária contratada pelo G1 Amapá e participou da seleção dos demais profissionais que integrariam a equipe, comentando que exigia o “entusiasmo” como requisito para definir a contratação. Por não estar habituada ao webjornalismo, ela e Arilson Freires conheceram o funcionamento das redações do GloboEsporte.com, no Rio de Janeiro, e do G1 Nacional, em São Paulo. “A gente aprendeu junto como era

---

<sup>11</sup> Entrevista concedida em 7 de julho de 2018.

o processo de produção, como a matéria aparecia no ar e qual era a mágica por trás de tudo” (KUBOTA, 2018).

A equipe inicial contou com treze jornalistas, incluindo Kubota. Para o lançamento do site, cada um ficou responsável por escrever uma matéria. Mesmo sem a certeza da publicação do material, a apuração e escrita foram em home office. Na semana de surgimento do site, jornalistas do G1 Nacional viajaram ao estado para editar o conteúdo, orientando a necessidade de adaptar os textos às características do webjornalismo, já que todos os contratados tinham saído do impresso ou assessoria de imprensa. Eles também receberam treinamento do sistema de publicação.

Kubota (2018) pondera que o estágio inicial do G1 Amapá trouxe desafios por causa da linha editorial do site abranger leitores de outros estados e textos mais objetivos, diferentemente do impresso. Os jornalistas, acostumados com a linguagem para o público local, aprenderam que a disseminação provocada pela internet pode atingir escalas globais (ROCHA; CAVALCANTI, 2017). A coordenadora exemplifica as mudanças realizadas pela edição da equipe paulista na matéria “Orquestra leva música erudita para comunidade de palafitas em Macapá<sup>12</sup>”, que apresentava falta de objetividade no texto. “A apuração não estava errada, mas a forma de construir o texto. [Eu e as duas editoras] não éramos muito objetivas. [No impresso], a gente tinha liberdade de fazer uma ‘poesia’ antes de chegar aos ‘finalmentes”” (KUBOTA, 2018).

É interessante notar que o jornalismo impresso no Amapá adota uma dinâmica distinta daquela discutida nos manuais de redação jornalística, em que referencia a pirâmide invertida como técnica fundamental (CANAVILHAS, 2006). A estrutura dos textos do G1, por sua vez, parece seguir essa lógica linear: inicia pelos dados mais relevantes, procurando responder às perguntas

---

<sup>12</sup> <http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2013/06/orquestra-leva-musica-erudita-para-comunidade-de-palafitas-em-macap.html>. Acesso em: 21 ago. 2021.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

do lead (o quê, quem, onde, como, quando e por quê), seguido de informações complementares organizadas em blocos decrescentes de interesse.

Outro ponto que vale a pena apontar diz respeito ao estímulo dado pelo G1 Amapá para a imprensa amapaense. Comparado às demais mídias, Kubota (2018) acrescenta que o site modificou o ritmo de produção e publicação de notícias ao público: “A gente já saiu ganhando [da TV] porque tinha a liberdade e oportunidade de fazer todo tipo de cobertura e deixar isso disponível para o público imediatamente. Só se manteve um páreo duro para o rádio”.

Apesar de a velocidade ser algo intrínseco ao jornalismo, pois significa contar primeiro o fato ocorrido ao público, a chamada “imediatez” – termo empregado por Bradshaw (2014) – possibilita aos usuários testemunharem a cena no momento do acontecimento. Por outro lado, a instantaneidade do webjornalismo estimula empresas tradicionais de comunicação a trazerem novos contextos para a notícia divulgada anteriormente, como o pioneirismo na exposição de uma fotografia, entrevista, reação ou análise de especialista (BRADSHAW, 2014).

É fato que o jornalismo na internet altera as dinâmicas do tempo, com a possibilidade de atualização contínua que determina o aumento na quantidade de acessos (ROCHA; CAVALCANTI, 2017). Segundo Kubota (2018), o G1 Amapá se consolidou ao trazer novas práticas de apuração do conteúdo, já que os demais veículos geralmente trabalhavam em torno das mesmas pautas agendadas por releases de assessorias de imprensa, sobretudo de políticos ou órgãos públicos, algo comum desde o surgimento da imprensa no Amapá no século XIX (SANTOS, 2019). Contudo, os novos hábitos jornalísticos locais causaram implicações: “Muitos profissionais, principalmente os mais novos, imaginavam que era muito glamour. Não tinham essa ideia de que precisava escrever, escrever muito e escrever bem” (KUBOTA, 2018).

Com o tempo, o ambiente online se tornou familiar para os jornalistas. Por isso, o planejamento diário do site passou a considerar o movimento da

home page de acordo com o número de profissionais em cada turno e a inclusão de variados temas, tendo a opção em atualizar com uma ou duas notícias pela manhã. Mesmo diante das concorrências que vieram posteriormente, a coordenadora defende que o alto número de cliques não modificou o fazer jornalístico do G1 Amapá.

## **SelesNafes.com: do blog pessoal ao site de notícias**

Em 2013, após a sugestão de um amigo, Seles Nafes passou a estruturar a ideia de criar um blog político com notas diárias. Na época, o jornalista e empresário apresentava a primeira edição do Jornal do Amapá, principal telejornal da Rede Amazônica. Ele, então, percebeu que poderia intensificar o relacionamento com os telespectadores desenvolvendo seu próprio site (NAFES, 2018)<sup>13</sup>.

Tendo como principal inspiração o blogueiro Antônio Corrêa Neto<sup>14</sup>, o SelesNafes.com surgiu em dezembro daquele ano. Além da participação do empresário na edição, a equipe inicial possuía um repórter e uma web designer; logo após, passou a contar com uma repórter. Quando verificou que o projeto necessitava de mais investimentos, Nafes fez empréstimo na Agência de Fomento do Amapá para montar o escritório e pagar os colaboradores. A contratação dos profissionais se deu como Pessoa Jurídica, sem carteira assinada.

Ainda no mês de lançamento, o blog se transformou em um site de notícias, virando o principal concorrente do G1 Amapá, que fazia parte do mesmo conglomerado que empregava o jornalista como âncora. Nafes (2018) justifica a mudança ao fato de que o WhatsApp o aproximou de fontes com a troca instantânea de mídias e documentos. A inserção do aplicativo no processo produtivo das notícias ocorre em meio a reconfiguração das

---

<sup>13</sup> Entrevista concedida em 19 de julho de 2018.

<sup>14</sup> O Blog do Corrêa permaneceu no ar até abril de 2013, finalizando as atividades devido ao falecimento do jornalista.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

organizações para manterem ou conquistarem novos mercados (FILHO; TEIXEIRA; DOURADO, 2020), mostrando o fortalecimento da quinta geração do webjornalismo com a colaboração dos dispositivos móveis. Portanto, incentiva-se a realização de entrevistas e a coleta de informações pela ferramenta móvel, assim como a participação do público na construção de conteúdo com sugestões de pautas. A referida análise vai ao encontro com a observação de Pavlik (2014, p. 160) sobre o uso de elementos ubíquos: “Todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global”.

O WhatsApp também se tornou um instrumento central na comunicação entre os profissionais do site, pois houve a mudança no formato da redação jornalística física para atuação em um grupo denominado SELESNAFES.COM (LUCENA, 2020). A distribuição de tarefas e o compartilhamento de mídias operam de maneira virtual para reduzir custos e dar mais celeridade na produção e edição de publicações. A iniciativa é um exemplo de quando Bradshaw (2014) afirma que, em razão da instantaneidade pelos dispositivos móveis, a cobertura das notícias deixa de se apoiar nas limitações do espaço físico que sustentava a organização das redações.

Diante do crescimento de acessos, o site conseguiu anunciar no segundo mês no ar. No entanto, o SelesNafes.com representava concorrência direta do G1 Amapá. Embora a chefia local do Grupo Globo não tenha expressado a Nafes o descontentamento com o site, o empresário revela que sentiu insatisfação por parte dos representantes da empresa, mesmo sendo comum outros jornalistas exercerem mais de uma atividade na área.

Em relação à administração das pautas, segundo Nafes (2018), as notícias factuais serviam para os dois, tanto para o site que é dono quanto para o telejornal que apresentava: “Se acontecer um desastre, todo mundo vai cobrir. Record, Bandeirantes, SBT, Globo, e os jornais. Então esse era um

tipo de assunto que eu não me preocupava”. Mas, quando os repórteres do site coletavam informações sobre alguma história inédita, a pauta não era compartilhada com a TV.

O impasse finalizou em março de 2016, quando o jornalista saiu do conglomerado (NAFES, 2018). É válido mencionar que a experiência no telejornalismo contribuiu com a implementação da editoria SNTV no site. A integração desse elemento com outros recursos comunicativos mostra as diferentes combinações de narrativas multimídias na plataforma digital (SALAVERRÍA, 2014).

## **Diário do Amapá: da segunda a quinta geração do webjornalismo**

O jornal Diário do Amapá surgiu em 1993, mas introduziu o formato do webjornalismo de segunda geração em 1999, consistindo na transferência da versão impressa para o online (MIELNICZUK, 2003; MACHADO *et al.*, 2007). Em 2014, segundo o proprietário e jornalista Luiz de Melo (2018)<sup>15</sup>, a empresa alterou gradativamente a ordem de relevância em função da velocidade da informação: o material do site passou a ser priorizado para, posteriormente, ocorrer a diagramação dos mesmos textos no jornal do dia seguinte.

Bradshaw (2014) recorda que, desde a aplicação do telégrafo, profissionais de mídia têm adotado novas tecnologias como vantajoso suporte para distribuição de notícias. A competição em termos de velocidade, portanto, sempre existiu no jornalismo e se modifica em razão das constantes transformações no formato do consumo do público. Mas a instantaneidade em rede acentua a pressão que cada organização jornalística busca em “ser a primeira” sobre determinado tema ou acontecimento, ocasionando em simplificar o processo editorial e o número de estágios que envolvem a apuração até a publicação e disseminação (BRADSHAW, 2014).

---

<sup>15</sup> Entrevista concedida em 13 de julho de 2018.



Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

Para complexificar a atuação de editores e repórteres, Primo (2011) e Bradshaw (2014) afirmam que a instantaneidade de consumo não está necessariamente ligada ao webjornalismo. Essa característica pressupõe que “um interagente na cibercultura consome toda e qualquer informação que tiver contato, segundo suas estratégias particulares de interação na rede” (PRIMO, 2011, p. 141). Por isso que as mudanças nas fases do webjornalismo acontecem para suportar certas rupturas nas mudanças culturais de leitura e usuários (NUNES, 2016). Essa ponderação vai de encontro com a afirmação de Melo (2018) em relação ao produto digital. Para ele, o maior lucro da empresa permanece com o jornal impresso, mas houve necessidade de adaptação do veículo ao meio online para acompanhar a demanda do público: “Fizemos todo o levantamento e temos um faturamento que cobre o custo do jornal e nos dá reserva para manter a ‘coisa’ funcionando” (MELO, 2018).

O empresário revela que enfrentou resistência por parte da própria equipe jornalística. Ele menciona que um editor continuava dando preferência ao impresso, embora lhe fosse ordenado que o conteúdo deveria ir imediatamente para o ar. É até natural certo ceticismo por parte de alguns profissionais em aderir às tecnologias digitais: “A estrutura anterior, razoavelmente estável, de fluxos controlados e lineares de informação, foi substituída por uma estrutura mais caótica” (PRIMO, 2011, p. 132).

As mudanças realizadas no Diário do Amapá conduzem a discussão para os três aportes multimídias apresentados por Salaverría (2014). No primeiro, denominado multiplataforma, designa-se a articulação conjunta de distintos meios de comunicação da mesma empresa (como, neste caso, jornal impresso, rádio e site). A segunda modalidade apresenta o perfil do jornalista polivalente que desempenha diferentes funções. Por causa da realidade financeira do Diário do Amapá, fez-se necessário manter os mesmos profissionais, apesar do aumento das demandas destinadas ao formato digital. Por fim, a combinação de linguagens em apenas uma mensagem é

característica das publicações do webjornal, com o diferencial para os serviços da TV Diário e do podcast a partir das principais matérias que foram ao ar.

## **Correio de Santana: o primeiro webjornal do interior do Amapá**

O jornal Correio de Santana, sediado no segundo município mais populoso do estado, circulou semanalmente até meados de 2014. O proprietário e jornalista Gilberto Pimentel (2018)<sup>16</sup> pontua que, no início de 2015, decidiu retomar o formato impresso em paralelo com a versão digital. Ele e outros três jornalistas alimentaram os conteúdos do webjornal, deixando-os online somente no dia do lançamento, em agosto daquele ano.

A construção do site iniciou para disponibilizar o arquivo digitalizado do veículo impresso – a principal característica da segunda geração do webjornalismo. Assim, o espaço ilimitado da internet como suporte midiático traz uma série de continuidades que se relacionam com os meios anteriores, ampliando o acesso ao passado arquivado que os usuários buscam para se situar e contextualizar a realidade que lhes é apresentada (PALACIOS, 2014). As edições físicas do Correio de Santana complementariam de forma analítica os relatos factuais expostos na versão online. No entanto, houve a suspensão permanente do jornal impresso por crise financeira da empresa.

Mesmo não conseguindo incluir elementos multiplataformas no Correio de Santana, Pimentel (2018) se esforçou para não encerrar as atividades do webjornal. Em agosto de 2017, ele decidiu que seria necessário colocar à venda um de seus três patrimônios: carro, lote de terreno em Porto Grande (AP) ou site. “O que doeria menos seria vender o terreno, depois o carro e por último o site. Não queria me desfazer do site, embora tenha colocado à venda. Que bom que vendi o automóvel” (PIMENTEL, 2018).

---

<sup>16</sup> Entrevista concedida em 4 de agosto de 2018.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

A consolidação do site ocorreu no fim de 2017 e início de 2018. O jornalista cita que, embora o público santanense consuma as notícias locais, o acesso à internet ainda é um hábito que está fortemente presente apenas na rotina dos moradores de Macapá, pois as métricas de audiência mostram a baixa quantidade de leitores de Santana.

Conforme Barbosa (2013, p. 34), “as atuais rotinas de produção pressupõem o emprego de softwares, de bases de dados, algoritmos, linguagens de programação e de publicação, sistemas de gerenciamento de informações, técnicas de visualização, metadados semânticos, etc”. Por isso, os relatórios de *Google Analytics* contribuíram para Pimentel redirecionar os planejamentos do site com o foco no público em que se pretendia atingir, ocorrendo a contratação de dois jornalistas *freelancers* para conseguir atualizá-lo com frequência.

O acordo com os referidos profissionais proporcionou certa agilidade ao veículo, já que Pimentel escrevia as matérias aos fins de semana e, segundo vimos nas ponderações de Bradshaw (2014), o uso da instantaneidade é um dos importantes aspectos na publicação e distribuição do conteúdo webjornalístico. Por outro lado, ainda há obstáculos no faturamento da empresa. O empresário verificou que a mídia online é mais barata do que a impressa, pensando na possibilidade futura de dedicar o seu tempo somente nas parcerias e produções do site.

## **Considerações finais**

Com a intenção de voltar à pesquisa do campo jornalístico às redações fora do eixo mainstream do jornalismo brasileiro, o presente artigo traçou a gênese do webjornalismo no Amapá, tendo como principal propulsor o avanço tecnológico da internet. Até 2012, o estado não tinha a tecnologia de banda larga, sendo o único do Brasil em tal condição.

A partir da coleta de dados de duas pesquisas de dissertação pioneiras sobre o jornalismo do Amapá, defendidas no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, trazemos a catalogação de quatro de sites que surgiram no cenário local depois da oferta de internet banda larga: G1 Amapá, SelesNafes.com, Diário do Amapá e Correio de Santana.

Mas este breve estudo foi além. Também mostrou como ocorreu a criação desses sites, algo até então não realizado no âmbito acadêmico, o que mostra a relevância por proporcionar o embasamento de pesquisas futuras do webjornalismo do Amapá. É possível apontar destaques sobre características verificadas em cada site.

No G1 Amapá, que surgiu em 2013, notamos a mudança na cultura da construção de textos e apuração. Como todos os jornalistas eram oriundos de redações de jornais impressos ou de assessorias de imprensa, tiveram que perder hábitos e aprender outros de acordo com o que o webjornalismo exige. Além disso, o site foi o único que preparou os seus profissionais a partir de um treinamento específico.

O SelesNafes.com virou o principal concorrente do G1 Amapá mesmo com um número inicial bem menor de profissionais: apenas dois jornalistas em detrimento aos treze do site do Grupo Globo. Uma característica marcante no webjornal é a inexistência de uma redação física. A equipe que compõe o site decide pautas, troca informações e mantém o contato através de um grupo de WhatsApp.

O Diário do Amapá lançou o seu site em 2014 com as características de webjornalismo, mas aproveitando a marca do jornal impresso, que existia desde 1993. Apesar de ter um site desde 1999, não praticava o que entendemos por webjornalismo, pois apenas copiava o conteúdo do impresso, sem uma produção específica. Isso mudou por influência do G1 Amapá e SelesNafes.com.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

Já o Correio de Santana se destaca pelo próprio fato de ser o primeiro webjornal de fora da capital do Amapá. No entanto, o proprietário do veículo interpreta a baixa quantidade de acessos do município de Santana como um dos motivos para que o site tenha dificuldade de se manter financeiramente.

As breves notas deste trabalho mostram que todos os sites apresentam suas próprias peculiaridades sobre como apareceram e se mantêm no mercado jornalístico amapaense. As informações contidas aqui não tinham a pretensão de responder todas as perguntas que rodeiam o webjornalismo do Amapá, porém identificam marcos históricos relevantes para futuras pesquisas sobre o tema no campo acadêmico do Jornalismo.

## Referências

- AGÊNCIA NACIONAL DE TELECOMUNICAÇÕES - ANATEL. **Banda larga fixa**, 2021. Disponível em: <https://www.anatel.gov.br/paineis/acessos/banda-larga-fixa>. Acesso em: 15 set. 2021.
- BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo das redes digitais. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Notícias e Mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom, 2013.
- BRADSHAW, P. Instantaneidade: efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em 23 mar. 2021.
- CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.
- COISSI, J.; MAIA, D. Amapá é o último Estado a se conectar à banda larga fixa. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 18 mar. 2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/03/1426979-amapa-e-o-ultimo-estado-a-se-conectar-a-banda-larga-fixa.shtml>. Acesso em: 15 set. 2021.
- CRONOLOGIA do 3G. **Estadão**, São Paulo, 22 set. 2008. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/noticias/geral,cronologia-do-3g,1143>. Acesso em: 15 set. 2021.
- FILHO, J.; TEIXEIRA, J.; DOURADO, J. O uso do WhatsApp nas redações dos portais 180 Graus e Meio Norte como instrumento para a acumulação de capitais. **Comunicologia**, Brasília, v. 13, n.1, jan./jun. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal - 2013 a 2015**, 2017. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/pnad/suplementos/acesso-a-internet-e-a-televisao-e-posse-de-telefone-movel-celular-para-uso-pessoal>. Acesso em: 15 set. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal**, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?edicao=27138&t=resultados>. Acesso em: 15 set. 2021.

LUCENA, L. **O uso das métricas de audiência no webjornalismo do Amapá**: um estudo sobre a redação virtual do site SelesNafes.com. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2020.

MACHADO, E. *et al.* Plataforma Panopticon: um jornal laboratório, multiusuário e descentralizado. *In*: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade**: metodologias & softwares. Salvador: Edufba, 2007.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web**: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporânea) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

NUNES, A. Jornalismo digital de quinta geração: as publicações para tablets em diálogo com o desenvolvimento da web. **Alceu**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 33, jul./dez 2016.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o lugar da memória. *In*: MACHADO, E.; PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos do jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PALACIOS, M. Memória: jornalismo, memória e história na era digital. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014.

PAVLIK, J. Ubiquidade: o 7.º princípio do jornalismo na era digital. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: LabCom, 2014.

PRIMO, A. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 25, dez. 2011.

ROCHA, L. Mobilidade, convergência e hiperlocalismo no webjornalismo brasileiro. **Interin**, Curitiba, v. 20. n. 2, jul./dez. 2015.

ROCHA, H.; CAVALCANTI, I. Webjornalismo: dos portais às redes sociais. **Revista Observatório**, Palmas, v. 3, n. 1, p. 374-395, jan./mar. 2017.

Abinoan **SANTIAGO** · Larissa **LUCENA** · Angela **GROSSI**

SALAVERRÍA, R. Los medios de comunicación ante la convergencia digital. *In*: CONGRESO INTERNACIONAL DE CIBERPERIODISMO Y WEB 2.0, 1., 2009, Bilbao. **Actas** [...] Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2009. CD-ROM.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. *In*: CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom, 2014.

SANTIAGO, A. Duas operadoras passam a oferecer internet 4G em Macapá. **G1 Amapá**, Macapá, 11 fev. 2014. Disponível em: <http://g1.globo.com/ap/amapa/noticia/2014/02/duas-operadoras-passam-oferecer-internet-4g-em-macapa.html>. Acesso em: 15 set. 2021.

SANTOS, A. **A formação da imprensa da Amazônia: o primeiro século do jornalismo do Amapá (1890-1990)**. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2019.

SILVA, A. Mercado de trabalho do jornalista: áreas de atuação, faixa salarial, carga horária semanal e nível de escolaridade dos profissionais no estado do Amapá. **Revista Temática**, João Pessoa, v.7, n. 9, set. 2017.

SILVA, M. **Território tecnológico: a informatização do espaço amapaense no contexto das redes tecnológicas**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Universidade Federal do Amapá, Macapá, 2016.



# A HISTÓRIA DE UM 'CRIMINOSO': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa<sup>1</sup>

## THE STORY OF A 'CRIMINAL': the narrative of Marcão's (un)construction in the pages of Ponta Grossa newspapers

Afonso Ferreira VERNER<sup>2</sup>

Cíntia XAVIER<sup>3</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa | Brasil

### Resumo

Este artigo discute a (des)construção de um personagem nas páginas policiais dos jornais de Ponta Grossa, cidade no interior do Paraná, no final dos anos 1990. Marcos Antônio de Oliveira, 21 anos, foi o personagem de reportagens dos três jornais que circulavam na cidade em novembro de 1998. A odisseia teve diversos capítulos, como assaltos cinematográficos e fugas, repercutidos em manchetes, reportagens com destaque e recursos de humanização, que contaram os feitos do jovem negro, pobre e morador da periferia, até a morte. O estudo debate como a narrativa jornalística construiu um personagem contraditório e que conquistou espaço de destaque nos jornais.

### Palavras-chave

Morte; Valor-notícia; Acontecimento; Jornalismo; Fait Divers.

### Abstract

This article discusses the (de)construction of a character in the police pages of the newspapers of Ponta Grossa, city in the interior of Paraná, in the 1990s. Marcos Antônio de Oliveira, 21 years old, was the character of the three newspapers that circulated in the city in November 1998. The odyssey had many chapters, such as cinematographic robberies and escapes, reflected in headlines, feature articles, and humanization resources, which told the deeds of the young black, poor, and resident of the periphery, until his death. The study discusses how the journalistic narrative constructed a contradictory character who conquered a prominent space in the newspapers.

### Keywords

Death; News Value; Event; Journalism; Fait Divers.

RECEBIDO EM 19 DE AGOSTO DE 2021  
ACEITO EM 18 DE MAIO DE 2022

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste artigo foi publicada nos anais do evento XV Seminário Internacional de Mídia, Cultura, Cidadania e Informação.

<sup>2</sup> Doutorando em comunicação pela UFPR, Mestre em Jornalismo, professor da Unicesumar (Campus Ponta Grossa). Contato: afonsoverner@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação pela Unisinos, professora da Graduação e Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG. Contato: cintia\_xavierpg@yahoo.com.br.



## Introdução

A prática jornalística de contar acontecimentos recorre com frequência ao uso de personagens para humanizar relatos (ALSINA, 2009). Nas páginas policiais, os postos de figuras de destaque têm a tendência de serem ocupados por “homens da lei”, (LOPES, 2012) sejam eles delegados no comando de investigações importantes, policiais civis ou militares que presenciaram crimes de impacto ou de “criminosos” que ganharam destaque a partir dos delitos cometidos - normalmente crimes hediondos e com repercussão diante da opinião pública.

O presente estudo debate um caso à parte na composição dos personagens da cobertura policial convencional. Durante a coleta de material para dissertação defendida no Programa de Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) encontramos notícias recorrentes sobre Marcos Antônio de Oliveira, 21 anos. Em novembro de 1998, Marcos, então conhecido como Marcão, ocupou com destaque parte do noticiário dos três impressos que circulavam no município: Diário dos Campos (DC), Diário da Manhã (DM) e Jornal da Manhã (JM) durante os meses de outubro e novembro de 1998.

Marcos não era delegado e nem policial, era “criminoso”, de acordo com os jornais analisados - o rapaz era apontado como responsável por uma série de assaltos e outros crimes diversos. Com isso, a história dele foi noticiada pelos veículos impressos da cidade no período analisado, com direito a manchete e fotos na capa – um ponto fora da curva diante dos demais crimes que compunham a cobertura policial. Diante deste cenário, o presente estudo discute como a narrativa jornalística compôs o personagem representado por Marcão nas páginas jornalísticas – tal

construção é efetivada com o uso de recursos de jornalismo literário e também a partir da exploração da ideia de interesse humano (VAZ, 2012).

Em um primeiro momento é exposta uma revisão teórica sobre conceitos como acontecimento morte e *fait divers*. A partir deste arcabouço teórico, busca-se relacionar a cobertura dos noticiosa dos jornais estudados com os aspectos teóricos da narrativa jornalística. Esses conceitos ainda funcionam para dialogar teoricamente com o objeto do artigo, como também são articulados metodologicamente para analisar os conteúdos publicados nos periódicos.

Em um segundo momento, apresenta-se o funcionamento da coleta de dados sobre o caso em questão e, por fim, descreve-se a cobertura dada aos fatos atribuídos a Marcão e registrados no noticiário do Jornal da Manhã, Diário da Manhã e Diário dos Campos. Neste último tópico, a proposta é relacionar os aspectos teóricos discutidos no artigo com aquilo que se encontra na prática da narrativa jornalística.

## **Desenvolvimento**

A vida cotidiana, regulada pelo modo de produção capitalista, é marcada por uma série de acontecimentos diários, rotineiros e previsíveis. No entanto, essa mesma sequência previsível de acontecimentos pode ter tal monotonia aparente quebrada por acontecimentos que rompem a normalidade e que podem ser considerados de alguma maneira imprevisíveis ou mesmo notáveis.

Alguns destes fatos são observados mais de perto por jornalistas e se transformam em notícia<sup>4</sup>, ganhando algum espaço no noticiário do dia ou do momento, em épocas em que a produção jornalística tem se tornado

---

<sup>4</sup> Adotamos a ideia de notícia a partir da concepção construcionista. Ou seja: a notícia é um relato altamente selecionado, construído pelos meios de comunicação e seus profissionais e negociado entre vários agentes. Tal construção da realidade é feita, tendo como base, valores-notícia, critérios e a noticiabilidade de cada um desses acontecimentos transformados em notícia – esse rol de fatores é algo partilhado, em linhas gerais, pelos profissionais do campo.

cada vez mais instantânea. Por sua vez, outros acontecimentos, mesmo sendo estranhos diante do rol de fatos rotineiros, não ganham o status de produto noticioso e seguem compondo o grupo de episódios diários e previsíveis que integram nosso cotidiano, passando despercebidos e não compondo o noticiário diário.

Também podemos adotar a ideia de que a morte violenta compõe cotidianamente o noticiário proposto pelos veículos de comunicação (VAZ, 2012). Seja ela uma morte acidental, trágica, violenta ou natural, seja a vítima anônima ou uma pessoa notória, muitas vezes tal acontecimento é apresentado como um fato valioso para cobertura jornalística e normalmente recebe atenção por parte da imprensa.

Esse tipo de acontecimento ocupa diferentes lugares, composições e cenários nas páginas dos jornais, nas imagens dos telejornais e nas transmissões radiofônicas, a depender da avaliação de uma série de valores-notícia, critérios de noticiabilidade<sup>5</sup> e da abordagem editorial de cada um dos veículos envolvidos na cobertura. Mortes que são notícia em determinado meio de comunicação podem passar completamente despercebidas em outros, ao mesmo tempo que algumas mortes são noticiadas e repercutidas por todo o sistema noticioso.

Elton Antunes (2012, p.49) apresenta uma reflexão sobre “ausências” do jornalismo ao observar notícias sobre a morte violenta. O autor defende que determinadas coberturas, por meio do que conceitua como “narrativas verbais e imagéticas”, sugerem ou acentuam uma natureza dramática das ocorrências que terminam em morte - esse seria um procedimento naturalizado na prática jornalística.

---

<sup>5</sup> Com base em Gislene Silva (2005) e Marcos Paulo Silva (2013), optamos pela abordagem em que valores-notícia e critérios de noticiabilidade não são sinônimos, mas sim conceitos distintos. Por sua vez, os valores são aspectos diretamente ligados ao acontecimento, enquanto os critérios de noticiabilidade são diretrizes adotadas na produção da notícia, como aspectos de viabilidade na cobertura e política editorial, por exemplo.

Na visão de Antunes (2012), as notícias sobre morte têm os aspectos pitorescos destacados em detrimento de explicações mais contextuais, por exemplo – tal perspectiva que se aproxima do conceito de *faits-divers* (MOTTA, 2007). Por sua vez, os *fait divers* seriam fatos que teriam características ordinárias, mas que acabam sendo transformados em conteúdo noticioso a partir do interesse humano.

No entanto, cabe destacar que os *faits-divers* devem ser encarados não só como notícias de interesse humano, como também fatos que, de alguma forma, esgotam o significado da própria notícia. Em Ideologia e Técnica da Notícia, Lage (1979) cita um artigo de Roland Barthes em que o autor francês afirma, de forma enfática: "Eis um assassinato. Se for político, é uma informação. Se não for, é *fait divers*".

Desta forma, o próprio entendimento de Barthes (1986) alarga o entendimento de *fait divers* não só como aquelas notícias de interesse humano, como também aquelas narrativas que não se esgotam no fato em si (um assassinato, um roubo, um furto e etc), como também se alargam para outras áreas e espaços do noticiário, como o caso analisado neste artigo.

Tomando como base um grupo de notícias publicadas pelo site de O Globo como as mais lidas do ano de 2007, Vaz (2008) destaca que parte do conteúdo que antes era classificado como *fait divers* hoje se configura como parte do cerne da cobertura política cotidiana. Ao debater a natureza do que é ou não *fait divers* e de como isso se distribui no noticiário, o próprio Vaz (2008, p. 52) defende que:

Barthes recusa a definição privativa de *fait divers*, onde ele é resto, é o que não seria política, economia, ciência e artes. Também seria simplificador afirmar, por diferença exterior que a separação entre *fait divers* e as outras seções da mídia remete às oposições entre popular e erudito e entre o jogo e o sério. O necessário é uma conceituação interna; como se trata de texto, uma conceituação a partir da estrutura narrativa.

Desta forma, o presente artigo adota essa definição mais alargada da ideia de *fait divers* como parâmetro para tratar do caso em questão. Neste contexto, é a partir da pergunta “O que faz um acontecimento qualquer ganhar o estatuto da notícia?” que Luiz Gonzaga Motta (1997) se propõe a investigar aspectos do conteúdo publicado no noticiário. Na visão do autor, a literatura sobre o assunto tende a apontar um valor-notícia e um critério de noticiabilidade como fundamentais: os atributos do fato em si (valor-notícia) – a matéria-prima das notícias – e as circunstâncias e exigências do trabalho jornalístico (critério de noticiabilidade), respectivamente.

No entanto, nas notícias em que o interesse humano é mais evidente (*fait divers*) esses atributos seriam aplicados apenas de maneira relativa. Na visão do autor, a razão de ser desses relatos noticiosos é o interesse que despertam no público e, por conta disso, permite-se maior liberdade interpretativa por parte dos jornalistas, não apenas na seleção do objeto noticioso como também no seu tratamento (MOTTA, 1997).

Uma das explicações de Motta (1997, p. 315) sobre *fait divers* diz respeito à dimensão narrativa das notícias. Nesta perspectiva, os relatos de interesse humano podem ser entendidos como pertencendo ao campo do mito, uma vez que veiculam respostas plausíveis para questões desconcertantes sob a forma de estórias. Nestes relatos, “o real é apenas um vago referente” um ponto de partida para a “livre interpretação do narrador”.

Motta (1997) entende que a literatura sobre a produção de notícias sinaliza para dois critérios de noticiabilidade como fundamentais na seleção do que deve ou não compor o noticiário. O primeiro deles diz respeito aos atributos do fato em si – a matéria-prima das notícias – e as circunstâncias e exigências do trabalho jornalístico. Nas notícias de interesse humano (*fait divers*), porém, esses atributos aplicam-se apenas de maneira relativa.

O pesquisador entende que isso acontece por motivos ligados ao público consumidor do noticiário. Para Motta (1997), a razão de existir dessas

notícias é o interesse que despertam no público e, por conta disso, permite-se maior liberdade interpretativa por parte dos jornalistas, não apenas na seleção do objeto noticioso como também no seu tratamento e produção.

No que diz respeito ao primeiro aspecto da seleção de *fait divers* no processo jornalístico, o uso dos valores-notícia na seleção das notícias, Motta (1997) entende que o valor-notícia dos relatos de interesse humano seria uma escolha subjetiva. Do outro lado, na seleção dos relatos de *hard news*, a avaliação acontece de forma inversa: a escolha do fato para se tornar notícia é objetiva, institucional, ou como diz o autor: "o fato se faz escolher" (Motta, 1997, p. 313).

Com relação ao segundo aspecto tratado por Motta (1997), enquanto as *hard news* tenderiam ao registro e à objetividade, nas notícias tipo *fait divers* o jornalista teria grande autonomia interpretativa e, até mesmo, inventiva. Em tais conteúdos a dimensão narrativa do relato jornalístico teria um papel fundamental. Para o autor: "Não é o fato que conta, mas sim o conto do fato" (MOTTA, 1997, p. 315).

No caso aqui observado e analisado, há primeiro um tratamento da mídia noticiosa sobre o personagem Marcão em vida. Após a morte do rapaz, retratada pelos periódicos estudados de formas distintas e até contraditórias, a narrativa sobre a vida do jovem ganha outros contornos, com o acontecimento morte sendo tratado no noticiário a partir de diferentes abordagens.

Na visão de Antunes (2012, p. 41), acentuar a característica dramática do acontecimento morte seria uma maneira de acentuar a visibilidade dessas "mortes comuns" de todo dia e fazê-las adquirirem uma feição de mortes "extraordinárias". Outros autores (VAZ, 2012; TAVARES; 2012) também salientam tal caráter "extraordinário" nas mortes que aparecem cotidianamente nas páginas dos jornais.

Dessa forma, o tratamento da morte violenta, substrato frequente da cobertura policial, por vezes está ligado à ideia de *fait divers*, principalmente quando o óbito é ritualizado e potencializado pela narrativa jornalística (TAVARES, 2012) – por mais que este não seja o único significado dos *fait divers* na narrativa jornalística. Seguindo o raciocínio de Tavares (2012), as notícias sobre morte tendem a um debate paradoxal sobre como tratar o acontecimento.

O autor salienta que as mortes podem ser relatadas acontecimentos como “comuns”, sejam elas mortes naturais ou não, ou mesmo mortes esperadas - uma pessoa doente, uma pessoa portadora de uma doença terminal, com idade avançada ou com uma doença rara. Para Tavares (2012), outra forma de tratar a morte é apresentar tal acontecimento como “inusitado”, seja ela violenta ou não - aqui a morte é tratada a partir do aspecto que a diferencia de outras mortes, essas sim comuns e ordinárias.

Tavares (2012, p. 75) considera que existem indícios de um paradoxo na maneira como a morte é relatada nas práticas jornalísticas. Por um lado, a experiência jornalística coloca os acontecimentos como “excepcionalidades altamente ordinárias”, cujo caráter de ruptura aparece semanticamente expresso, por outro lado tal relato está configurado em uma prática narrativa que os “normaliza” e os faz parecer parte do ciclo da vida cotidiana. Essa dualidade, que acaba sendo normatizada pela narrativa jornalística, é considerada por Tavares (2012) a ritualização do acontecimento morte.

Ainda segundo o autor, “a morte que nos “assusta” e que merece ser relatada diariamente” possui, como acontecimento, um caráter de surpresa. A presença rotineira desse tipo de notícia, entretanto, quando captada pela imprensa, dá a dimensão de sua vivência um outro caráter e uma outra natureza. Como afirma Tavares (2012, p. 75)

A morte cotidiana que abunda as páginas do jornal é, ela mesma, uma morte comum, que assim se torna, pela maneira como o jornal a faz, repetidamente, ordinária.

Tavares (2012) defende que o entendimento de que é na experiência cotidiana que a prática jornalística busca referências para dar sentido e posicionar o acontecimento morte diante de outros fatos rotineiros. O autor lembra que na lógica de produção jornalística há um pressuposto de que a notoriedade dos acontecimentos está na base da produção noticiosa (SOUSA, 2002).

Por isso, Tavares (2012, p. 76) entende que "cabe falar, nesse viés, sobre aquilo, do cotidiano, que possuiria uma qualidade ímpar e mereceria destaque na disputa com as ocorrências diversas do fluxo diário dos acontecimentos". Dessa forma, as notícias, diante do grande fluxo de fatos diários, expressariam a existência de uma hermenêutica jornalística a partir do acontecimento sob dois aspectos.

O primeiro destes aspectos seria a necessidade que existe do jornalismo falar sobre o que acontece no mundo e tirar dele substratos que reafirmem sua autoridade para narrar as coisas que de fato acontecem e compõem o cotidiano dos sujeitos sociais. Já o segundo deles consiste na tensão que os acontecimentos provocam às práticas baseadas em um certo regime de atualidade.

Dessa forma, a ritualização do acontecimento morte feita na narrativa jornalística também pode ter sua existência ligada à ideia de *fait divers*. Defendemos aqui que a construção de narrativas sobre notícias de interesse humano tende a ser acompanhada da criação de personagens e da humanização desses sujeitos a partir de recursos da própria narrativa dos meios jornalísticos.

Motta (1997) apresenta duas linhas possíveis de interpretação dos *fait divers*. A primeira delas refere-se ao conceito de meta-acontecimento, apresentado por Rodrigues (1993). A segunda diz respeito à dimensão narrativa das notícias apresentadas na cobertura cotidiana dos meios de



comunicação. Nesta segunda perspectiva, as notícias de interesse humano podem ser entendidas como pertencendo à ordem do mito.

Motta (1997) sugere que os *fait divers* nos obrigam a compreender o problema do valor-notícia em termos mais complexos do que os utilizados até o momento. O valor-notícia não dependeria apenas dos atributos dos fatos noticiados, mas da articulação destes com um segundo fator: a arbitrariedade dos jornalistas em como interpretar tais fatos diante dos valores e critérios estabelecidos no campo jornalístico.

No entendimento de Albuquerque (2000, p. 17), nas *hard news* haveria o predomínio do primeiro fator, e as notícias tenderiam “mais para o registro e a objetividade”. De outro lado, nas *soft news*, por sua vez “a narrativa se revela com toda a sua liberdade de criação” (MOTTA, 1997, p. 318). A segunda alternativa também daria mais possibilidades para a própria construção da narrativa jornalística por parte dos profissionais.

Desta forma, o que aqui se pretende é compreender como a narrativa jornalística incluiu relatos de interesse humano sobre a caçada e a morte de Marcão na cobertura noticiosa, mesclando a cobertura de notícias de cunho puramente policial com análises políticas e sociais por parte do personagem. Mesmo que do ponto de vista dos valores-notícia e critérios de noticiabilidade faltassem elementos concretos para justificar tal composição da realidade construída pelos jornais, a saga de Marcão foi amplamente noticiada a partir de uma outra possibilidade da narrativa jornalística.

Os *fait divers* produzidos a partir da vida e morte de Marcão estão inclusos em uma cobertura episódica em que boa parte dos relatos obedecia a outros aspectos da prática jornalística. Com isso, buscamos encontrar outras explicações e aspectos que pudessem esclarecer o porquê a morte de um jovem negro, suposto criminoso e morador da periferia de uma cidade no interior do Paraná no final dos anos 1990 mobilizou a cobertura de jornais e,

mais do que isso, ganhou destaque no retrato de mundo apresentado por tais veículos.

## **Marcão: um personagem de destaque nas páginas policiais**

A história de Marcos Antônio de Oliveira, o Marcão, foi encontrada por acaso durante a pesquisa de mestrado<sup>6</sup>. Durante a leitura do material para a dissertação, nos deparamos com o personagem recorrente nas páginas policiais. Desta forma, optamos por compreender quais mecanismos levaram a morte de um jovem negro, pobre e morador da periferia, ocorrida em suposto confronto com a polícia a ascender ao posto de notícia de destaque.

Marcos Antônio era um rapaz de 21 anos morador do bairro Coronel Cláudio, em Ponta Grossa, cidade no interior do Paraná. Em 1998, a figura de Marcão, como ele era conhecido, passou a figurar nos três jornais estudados neste artigo. Na narrativa jornalística, ele foi apontado como "líder de uma gangue" responsável por crimes diversos, desde latrocínios a furtos e roubos. A história em torno da figura de Marcão ganha espaço no noticiário e ele se torna referência como "líder" da suposta gangue - tais classificações e crimes foram negados pelo próprio Marcos posteriormente.

A coleta de informações para a dissertação foi realizada nos jornais impressos disponíveis nos arquivos públicos da Casa da Memória de Ponta Grossa e do Museu Campos Gerais, mantido pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). No período aqui analisado (outubro e novembro de 1998), circulavam na cidade três veículos impressos: *Diário dos Campos*, *Jornal da Manhã* e *Diário da Manhã*<sup>7</sup>.

Ao todo, 26 notícias citando o nome de Marcão foram publicadas nos periódicos nos meses estudados - todas as edições publicadas neste período

---

<sup>6</sup> Na oportunidade, o foco era coletar e sistematizar em tabelas o material empírico que baseou o objeto de análise da dissertação defendida em 2017 no Programa de Mestrado em Jornalismo da UEPG: VERNER, Afonso Ferreira. A ritualização do acontecimento morte no jornalismo impresso de Ponta Grossa: uma análise do Diário dos Campos, Jornal da Manhã e Diário da Manhã, 2017, 268f.

<sup>7</sup> Cita o número exato de edições analisadas.

foram consultadas e todas as notícias que citavam o caso foram fotografadas e analisadas. A tabela 1 reúne as informações sobre as notícias que tratam do objeto do estudo, a saga de Marcão. Também são enumeradas as manchetes dos periódicos que tratam do caso no período especificado e as chamadas de capa sobre as notícias que relatam a saga do personagem.

**Tabela 1** - Notícias por periódicos e presença na capa

<b>Jornal</b>	<b>Manchete</b>	<b>Chamada na capa</b>	<b>Abre de página</b>	<b>Notícia secundária</b>
Diário da Manhã	0	1	5	5
Diário dos Campos	1	3	6	4
Jornal da Manhã	2	0	5	1
<b>Total</b>	3	4	16	10

**Fonte:** autor (2021).

Ao todo, foram 16 abres de página<sup>8</sup> (notícia principal da editoria que trata dos assuntos policiais) no período estudado e outras 10 notícias secundárias<sup>9</sup> que trataram do tema. Há um equilíbrio entre o *Diário da Manhã* e *Diário dos Campos* – os dois jornais publicaram 10 notícias sobre o assunto no período. Já o *Jornal da Manhã* somou seis notícias sobre a saga de Marcão, 5 delas foram “abre” de página.

A narrativa sobre Marcos Antônio Ramos de Oliveira, então com 21 anos e conhecido como Marcão, começa a ter espaço no noticiário estudado no começo do mês de outubro. Naquele período, os três periódicos noticiam crimes envolvendo uma gangue da região da vila Coronel Cláudio - o bairro é uma área pobre de Ponta Grossa e, ao menos na amostra estudada, só tem espaço no noticiário em casos criminais e eventos ligados à violência urbana no município.

O começo da narrativa sobre Marcão é caracterizado por especulações expostas no texto jornalístico que tratam do envolvimento da gangue,

<sup>8</sup> Aqui usamos o termo “abre de página” para se referir a principal notícia da página, normalmente acompanhada de foto.

<sup>9</sup> São consideradas notícias secundárias aquelas que estão abaixo do abre de página.

## A história de um 'criminoso': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa

supostamente comandada por ele, em crimes diversos. Em outubro de 1998, os jornais da cidade já noticiavam operações das polícias Civil e Militar na região em que Marcão residia - os "arrastões", como eram conhecidas as operações policiais, eram feitos para combater crimes como furtos a pedestres e residências.

O *Jornal da Manhã* publica no dia 2 de outubro de 1998 a seguinte manchete: "Violência impera na Coronel Cláudio" - por não citar o nome de Marcão, a notícia não é incluída no *corpus* da pesquisa, mas dá indícios do clima criado pelo noticiário naquele momento histórico específico. O relato narra o "clima de horror" na Coronel Claudio e cita a existência de gangues que praticariam crimes variados na localidade - o conteúdo também tem destaque na página interna do jornal, sendo a principal notícia da editoria.

### Imagem 1 - Manchete relata clima de tensão



**Fonte:** Jornal da Manhã, edição de 3 de outubro.

É apenas no dia 8 de outubro que Marcão é nominalmente citado no *Jornal da Manhã*. O título do abre de página é “Bandido promete matar policiais” e a notícia é acompanhada do seguinte subtítulo: “Vou matar um da PM e um da Civil para mostrar quem eu sou”, ameaçou o líder da gangue do Marcão” - a afirmação depois foi questionada pelo próprio Marcos em entrevista concedida a outro veículo.

Também no dia 8 de outubro o *Diário da Manhã*, publica a seguinte reportagem na editoria Segurança: “Marcão foge de cerco policial”. O texto é ilustrado por uma foto de policiais em meio a um matagal e destaca que “Marcos Antônio de Oliveira, a quem estão sendo imputados crimes na Vila Coronel Cláudio e Rio Branco”, havia fugido de uma operação policial.

A notícia já relatava que Marcos era apontado como responsável pelos crimes sendo “apontado por moradores”, mas não cita a existência de eventuais ordens judiciais para prendê-lo ou mesmo detê-lo. A formação da quadrilha supostamente comandada por Marcão é assegurada por um garoto preso e também por moradores. O texto narra: “Marcão obteve êxito nos seus ziguezagues pelas ruelas esburacadas e pelos carreiros que separam os barracos das duas favelas”. Os termos utilizados na criação da narrativa são esclarecedores sobre o tipo de jornalismo praticado naquele momento histórico.

Essa mesma citação inicial já apresenta o “status” de Marcos naquele momento social específico. O texto tem uma retranscrição que leva o título de “Fama”. Esse trecho da notícia relata, a partir da visão do comandante da operação, o tenente da Polícia Militar (PM), Luís Darany, que seriam os próprios moradores da Coronel Cláudio e Vila Rio Branco que “criaram a fama de Marcão”, qualificando como “espetaculares” as fugas do rapaz deste e de outros cercos policiais.

Já no dia 9 de outubro, o mesmo *Diário da Manhã* publica uma notícia secundária com o seguinte título: “Tia de Marcão diz que ele é inocente”. O

## A história de um 'criminoso': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa

conteúdo é ilustrado por uma foto de Neusa Ramos Vieira, tia de Marcos e responsável por criá-lo. A notícia já qualifica Marcos como “bandido” e ressalta que ele é acusado de diversos outros crimes, alguns deles já em fase de julgamento.

Nas próximas duas semanas a caçada em busca de Marcão desaparece das páginas dos jornais estudados - isso pode ser reflexo do noticiário sobre o caso do Bruxo do Guaragi<sup>10</sup> e do espaço ocupado pelo conteúdo deste crime. Em seguida, no dia 27 de outubro, Marcão volta a compor o noticiário também no *Diário da Manhã* em uma notícia no pé da página, intitulada “Marcão foge mais uma vez” - o texto relata uma nova operação com intuito de prender Marcos que acabou frustrada, mesmo prendendo outros foragidos da Justiça.

Na edição seguinte, do dia 28 de outubro, o *Diário da Manhã* publica uma reportagem de destaque no topo da página com o seguinte título “Polícia ouve amásia de Marcão”. A notícia traz uma foto de Márcia Gonçalves, companheira de Marcos e filha de uma das suas supostas vítimas - a mulher defende a inocência do companheiro no latrocínio que terminou com a morte do pai de Márcia.

Uma nova citação formal ao nome de Marcão volta a acontecer apenas no dia 10 de novembro, quando uma notícia publicada no *Diário da Manhã* cita Marcos como suspeito de um latrocínio registrado em um bairro da cidade em abril daquele ano. Um dia depois, 11 de novembro, o mesmo periódico publica uma nota sem foto da prisão de Dirceu Cardoso, já acusado do latrocínio e que nomina Marcos como comparsa em diversos crimes, como assaltos, furtos e sequestros.

---

10 O caso em questão trata-se de assassinatos em série registrados no Distrito do Guaragi, também em Ponta Grossa. Inicialmente as mortes foram relacionadas à magia negra, hipótese que depois foi descartada, e ganharam destaque nacional. Para saber mais, leia: VERNER, Afonso Ferreira; XAVIER, Cintia. Assassinatos em série transformados em acontecimento jornalístico nas páginas do Diário da Manhã: o caso do Bruxo do Guaragi. **Pauta Geral**, v. 4, n. 1, p. 116-133, 2017.

A notícia ainda revela que o paradeiro de Marcão era desconhecido e que as forças de segurança preparavam uma ação para prendê-lo. Nesse mesmo dia, 11 de novembro, desta vez no *Diário dos Campos*, a página policial traz uma reportagem intitulada: “Preso admite participação em gangue”, com o seguinte subtítulo: “Dirceu Cardoso confessou ter cometido três assaltos, mas negou conhecer o paradeiro de Marcão”. A reportagem é ilustrada com uma foto de Dirceu em frente ao *banner* da Polícia Civil, já preso.

No dia 12 de novembro de 1998 a história de Marcos alcança um espaço privilegiado no noticiário ponta-grossense. Nesta data, o *Diário dos Campos* publica uma manchete com foto que ocupa todo o primeiro quadrante da primeira página - o que revela sinal de prestígio para o assunto na composição do noticiário. A edição traz a seguinte manchete: “Marcão admite dois crimes e revela que tem medo da morte”.

### **Imagem 2** - Manchete para a história de Marcão



**Fonte:** Diário dos Campos, 12 de novembro de 1998

A manchete é acompanhada da seguinte linha-fina: “Sem armas e sem parada fixa, Marcos Antônio de Oliveira, 21 anos, desafia a polícia que está à sua caça”. A foto ocupa espaço privilegiado na capa do *Diário dos Campos* e

### **A história de um 'criminoso': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa**

mostra uma foto de Marcos, a única em vida publicada pelos jornais e que, ironicamente, seu rosto não aparece - nela Marcão está de costas e com o rosto coberto por um capuz (imagem 2).

O destaque para o assunto leva o jornal a abrir uma editoria intitulada "Especial" para abrigar a entrevista de Marcão – no campo jornalístico isso acontece apenas com assuntos de prestígio e que, de alguma forma, modificam o dia a dia da população e a estrutura do noticiário. No texto com título de "Tenho medo de morrer", que leva a assinatura dos jornalistas Maria Gizele da Silva, Dirceu Portugal e Fabio Matavelli, Marcos fala sobre como ingressou no mundo do crime, responde acusações feitas pelas autoridades contra ele e ainda é perguntado sobre sua infância e sobre o que pensa a respeito da polícia.

**Imagem 3** - Reportagem de página inteira com Marcão







**Fonte:** Diário dos Campos, 12 de novembro de 1998

O conteúdo da entrevista revela que, ao ser questionado sobre a infância, Marcos diz que foi “igual a de todo mundo”, destaca que nunca foi à escola e que só sabe rabiscar o próprio nome. Como se tentasse apresentar um alibi à sociedade ponta-grossense, leitora dos jornais, Marcos diz que trabalhou na casa de Roberto Mongruel, então vereador e presidente da Câmara Municipal de Ponta Grossa (CMPG) e destaca que “nunca roubou nada de lá”.

Perguntado sobre o que pensa a respeito da polícia, Marcão destaca que os policiais costumam chegar ao bairro (Coronel Cláudio) dando tiros a

## A história de um 'criminoso': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa

esmo e defende-se que só está “nessa vida” porque os policiais começaram a difamá-lo, atribuindo crimes contra ele que ele não cometeu. Marcos ainda diz que é perseguido pelas autoridades e, quando questionado sobre a “fama” de “bandido perigoso”, dispara: “Todo preto que assalta dizem que sou eu”.

No dia 13 de novembro a saga de Marcão ganha um novo capítulo nas páginas do *Diário dos Campos*. Desta vez, a reportagem traz como ‘gancho’<sup>11</sup> o posicionamento da família do rapaz e tem o seguinte título: “Família diz que Marcão pode se render”. A equipe de reportagem ouviu familiares de Marcos em *off*<sup>12</sup> que defendem que ele se entregue, sem dizer onde Marcos estava.

Além disso, a mesma notícia tem uma retranscrição com o seguinte título: “Declarações”. O trecho da reportagem revela que o então prefeito de Ponta Grossa, Jocelito Canto, afirmava que as autoridades policiais vinham sendo “desafiadas” por Marcão. Além de prefeito, Jocelito era (e ainda é) radialista e comunicador famoso na cidade, e destacava que se colocava como “ponte” para resolver a situação entre o assaltante e as autoridades. A mesma retranscrição traz uma rápida declaração de Roberto Mongruel, vereador citado por Marcos anteriormente, em que o político se solidarizava com as vítimas de Marcão e com a família do rapaz.

Por fim, ainda no *Diário dos Campos*, na edição dos dias 14 e 15 de novembro, uma reportagem secundária é publicada com o seguinte título: “Apreensiva, família de Marcão critica fama de quadrilha”. Sem ser ilustrada com foto, a notícia é iniciada com um *lead*<sup>13</sup> que narra que o filho de Marcão, Guilherme, reconhecia o pai a partir das fotos publicadas no jornal já que não o via há meses, segundo o relato da família publicado nos jornais.

---

11 Na gíria jornalística a palavra ‘gancho’ representa o ângulo dado a determinada notícia e tem sempre caráter factual. Ou seja: gancho representa factualidade no conteúdo publicado.

12 Consultar uma fonte em *off* prevê que ela conceda informações sem ter o nome identificado.

13 Em redação jornalística, *lead* é o parágrafo inicial de uma notícia que reúne as informações essenciais para aquele determinado conteúdo, como: Que? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? O uso do *lead* se estabeleceu no modelo de pirâmide invertida.

Neste ponto já é possível notar que a notícia humaniza Marcos, destacando o papel dele como pai e também como “arrimo de família”, incluindo até mesmo o filho de Marcão na narrativa. O conteúdo ainda expõe uma crítica da família à fama atribuída ao rapaz. Na reportagem a tia de Marcão, Neusa Ramos Oliveira, destaca que crimes diversos vinham sendo “colocados na conta” do sobrinho. Ela diz: “Esses dias uma pessoa foi assaltada por dois rapazes que usavam capuz. A mulher [vítima] disse que reconheceu o Marcão pela mão de preto. Como é que conhece alguém pela mão?”, questionava a tia de Marcos.

O capítulo final da saga de Marcão nas páginas dos jornais acontece no dia 17 de novembro. Pelos relatos oficiais, Marcos foi morto após um tiroteio na noite do sábado, 14 de novembro de 1998, nos fundos de um bar na vila Coronel Cláudio, bairro em que morava e em que se escondia, na versão dos jornais. A morte do rapaz é destaque nos três periódicos estudados e em todos os jornais é apresentada como notícia “abre de página”, ou seja, publicada no local de maior destaque na página que reúne os conteúdos policiais.

O quadro 1 reúne os três títulos dedicados à cobertura da morte de Marcão nas páginas dos jornais estudados. A primeira coluna apresenta o nome do jornal, a segunda o título da matéria, a terceira o subtítulo que acompanhava o conteúdo. Todas as notícias sobre a morte de Marcos foram publicadas apenas no dia 17 de novembro, apesar do crime ter acontecido na noite do dia 14, um sábado - nos domingos e nas segundas-feiras não haviam edições dos jornais diários, então tal hiato pode ser considerado “normal”.

**Quadro 1** - Títulos sobre a morte de Marcão

<b>Veículo</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
Jornal da Manhã	“Marcão” morre em confronto com a PM	Assaltante armado com faca teria atacado soldado da Polícia Militar que revidou e o matou a tiro, em um bar
Diário dos Campos	Morte de Marcão gera controvérsias	Assaltante foi morto durante confronto com a PM. Inquérito será instaurado pelo 2º DP
Diário da Manhã	Marcão reage e acaba	Um dos rastros deixados por Marcos

## A história de um 'criminoso': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa

	morto	Antônio de Oliveira: casa incendiada na Vila Coronel Claudio
--	-------	--

**Fonte:** os autores (2021).

Neste mesmo dia, os jornais publicam notícias secundárias em que familiares de Marcão questionam a ação da polícia, dizendo que o rapaz foi assassinado e questionando a versão de teria acontecido um confronto. Por sua vez, também há espaço para a nota oficial da Polícia Militar em que a corporação sustenta que Marcão foi morto após confrontar os policiais - o documento afirma que Marcos estaria armado, o que os familiares negam.

As notícias publicadas no *Diário dos Campos*, *Diário da Manhã* e *Jornal da Manhã* no dia 17 de novembro são os últimos registros de Marcos nas páginas dos jornais ponta-grossenses. Após o óbito do rapaz, as páginas que reúnem conteúdo policial não citam mais seu nome ou a gangue na qual ele supostamente apareceria como líder. Depois de uma rápida ascensão e de conquistar destaque, Marcão desaparece das páginas policiais.

Ao contrário do que acontece com outras mortes de destaque no noticiário, a saga de Marcão termina sem suítes ou outros desdobramentos. Após a morte do rapaz, a família do jovem não é mais ouvida como fonte, seu velório e enterro não são noticiados, sequer em "pé de página", e suas opiniões políticas e sociais também desaparecem da página dos jornais.

### Conclusão

A saga de Marcão narra um ponto de inflexão dos jornais estudados no período de acompanhamento do noticiário policial<sup>14</sup> - pela primeira vez no período estudado, um jovem negro, semianalfabeto e morador da periferia ganhava espaço na cobertura do *Diário dos Campos*, *Jornal da Manhã* e *Diário da Manhã*. No entanto, o espaço dado à vida e morte de Marcão parece variar entre a tendência de apresentá-lo como um bandido "espetacular e perigoso"

<sup>14</sup> Durante a dissertação de mestrado, os jornais que circulavam em Ponta Grossa tiveram o noticiário acompanhado por cinco trimestres: de agosto a outubro de 1990, de abril a junho de 1998, de outubro a dezembro de 1998, de setembro a novembro de 2012 e de julho a setembro de 2012. Durante todo esse período, Marcão foi o único caso de um jovem negro e pobre com destaque nas páginas policiais.

e um jovem fruto do sistema social desigual - ambos aspectos típicos dos extremos dos *fait divers*.

É preciso destacar que os fatos noticiados aqui analisados aconteceram em 1998, há mais de duas décadas, e algumas marcas ilustradas no texto jornalístico podem denunciar essa “época” do jornalismo no interior do Brasil. Em mais de uma oportunidade, nota-se a conotação negativa dos termos “favelas”, “barracos” e “ruelas” - em alguns casos o uso dos termos mostra certo preconceito por parte da narrativa jornalística com as localidades retratadas. Além disso, neste momento o produto Jornal Impresso era algo consumido pelas elites, especialmente em uma cidade no interior do Paraná.

No entanto, o que é destacável no caso de Marcão é que um suposto “homem do crime” ganha nome, sobrenome e feições próprias nas páginas dos jornais - a dissertação de mestrado de um dos autores mostra que o padrão adotado no noticiário naquele momento era justamente o contrário. Personagens da cobertura policial, especialmente dos casos de destaque e que tinham o noticiário estendido por dias em *suítes*, eram as vítimas ou os homens da lei, nunca os supostos criminosos.

Neste caso, já em vida, Marcão torna-se pivô de uma suposta crise de segurança pública, desafia as autoridades e constrói uma aura de bandido perigoso, mobilizando policiais, vereadores e até o prefeito da cidade. Ao mesmo tempo, os jornais também o apresentam como “arrimo de família”, “bom pai”, o jovem que teve poucas oportunidades e inserem a família de Marcão na narrativa. Os jornais ainda o descrevem como um sujeito capaz e autorizado a tecer críticas à polícia, algo raro na cobertura policial até os dias de hoje.

Nota-se ainda que Marcão foi alvo de pelo menos uma manchete em cada um dos jornais estudados, com direito a foto na capa, na página interna e entrevista pergunta-resposta, um formato nobre do jornalismo impresso. Neste trecho, cabe ressaltar a intenção do próprio Marcão em apresentar as

experiências profissionais na casa de nomes conhecidos da cidade quase como “credenciais” para ser aceito pela sociedade que o perseguia.

Destaque ainda para o envolvimento direto de autoridades políticas do primeiro escalão do aspecto político na cobertura do caso, como Roberto Mongruel, vereador, presidente da Câmara e ex-patrão, e Jocelito Canto, então prefeito e comunicador popular na cidade. Tendo como referência a dissertação de um dos autores e o acompanhamento feito sobre a cobertura jornalística de Ponta Grossa – Paraná, a saga de Marcão foi um dos poucos casos policiais acompanhados (se não o único) que pode ultrapassar a bolha da cobertura policiaesca e dialogar com outras esferas, como a política e a discussão sobre racismo e segurança pública.

Com a morte de Marcos a cobertura sobre o caso some das páginas dos jornais estudados, de maneira tão natural como havia surgido - o que revela que a figura de Marcão, em certa medida construída e desconstruída pela narrativa jornalística, sustentava o noticiário sobre o caso – sem ele, não havia notícia. Após a morte de Marcão, no restante de novembro e dezembro daquele ano de 1998, os jornais não publicam nenhuma linha sobre o até então “bandido perigoso” e nem mesmo sobre crimes no bairro em que ele morava.

A morte de Marcão parece representar o fim imediato dos casos criminais da cidade e nos dias e semanas seguintes os jornais se ocupam de pautas como a diminuição da criminalidade e os cuidados com a segurança do lar nas festas de final de ano – a morte do jovem parece “virar uma página” no setor de segurança pública do município. A morte de Marcos representa o fim do perigo vindo da periferia da cidade, ao menos é isso o que representa a narrativa jornalística encontrada nos jornais analisados.

Em 2021, ano em que Lázaro Barbosa captou a atenção de toda a imprensa brasileira por 20 dias no interior de Goiás e no Distrito Federal, o caso de Marcão mostra que coberturas são raras, mas não únicas. A narrativa jornalística parece, vez ou outra, se apegar a personas específicas e humanizá-

las ou demonizá-las ao noticiar crimes supostamente cometidos por tais sujeitos. Mas, ao mesmo tempo que a narrativa dos jornais toma posse das histórias dessas pessoas, tal discurso também costuma esquecê-los quase que se forma imediata após suas respectivas mortes.

No caso de Marcão, foi apenas seu suposto envolvimento com a criminalidade que lhe deu chance de ser manchete de um jornal, de falar sobre educação, violência, racismo e intolerância policial. Marcos foi mais um pivô da construção jornalística de figuras ordinárias que acabam sendo responsáveis por atos extraordinárias, mas são trocados logo em seguida por outros interesses do noticiário.

## Referências

- ANTUNES, Elton. Notícias depois da morte: visibilidades e ausências no jornalismo. **Jornalismo e acontecimento: diante da morte. Florianópolis: Insular**, v. 3, p. 49-69, 2012.
- BARTHES, Roland. **Novos ensaios críticos: o grau zero da escritura**. 3. ed. São Paulo: Cultrix, 1986.
- LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da Notícia**. Rio de Janeiro, Vozes, 1979.
- LOPES, Felisbela et al. Transplantes em notícia: Um jornalismo delineado em factos declinados por fontes oficiais. **Organicom**, v. 9, n. 16-17, p. 328-348, 2012.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. Teoria da notícia: entre o real e o simbólico. IN: MOJILLAUD, Maurice;
- PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- RODRIGO ALSINA, Miquel. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009
- RODRIGUES, Adriano. O acontecimento In: **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. 1993.
- SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005.
- SILVA, Marcos Paulo da et al. A construção cultural da narrativa noticiosa: noticiabilidade, representação simbólica e regularidade cotidiana. 2013
- SOUSA, Jorge Pedro. Construindo uma teoria do jornalismo. **Portugal: Universidade Fernando Pessoa, s/d. Disponível em: <http://www.>**

A história de um 'criminoso': a narrativa de (des)construção de Marcão nas páginas dos jornais de Ponta Grossa

**scribd. com/doc/9641379/Construindo-uma-teoria-do-jornalismo-Jorge-Pedro-Sousa. Capturado em**, v. 4, 2002.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. A cotidianidade do morrer na vida noticiosa: ambiguidades de um acontecimento jornalístico

diário. **Jornalismo e acontecimento: diante da morte. Florianópolis: Insular**, p. 71-90, 2012.

VAZ, Paulo. O destino do fait divers: política, risco e ressentimento no Brasil contemporâneo. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, n. 35, p. 51-60, 2008.

VAZ, Paulo Bernardo. Lições de morte nos jornais. **BERGER, Christa; HENN, Ronaldo; MARROCO**, 2012. **Jornalismo e acontecimento: diante da morte**. Florianópolis: Insular, 2012.





# DESASTRE AMBIENTAL NA AMAZÔNIA: a cobertura da imprensa paraense sobre o “Caso Hydro”<sup>1</sup>

## ENVIRONMENTAL DISASTER IN THE AMAZON: press coverage in Pará about the “Hydro Case”

Ana Lúcia PRADO<sup>2</sup>  
Kelvin Santos de SOUZA<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Pará | Brasil

### Resumo

O presente trabalho analisa a cobertura jornalística realizada pelos jornais O Liberal e Diário do Pará, ambos paraenses, sobre o acidente ambiental ocorrido em Barcarena-PA, em fevereiro/2018, envolvendo a empresa norueguesa Hydro/Alunorte. O foco principal é perceber como a perspectiva da ciência ganhou espaço e impactou a cobertura do caso. Para isso, a metodologia usada foi a análise qualitativa de conteúdo, descrita por Sousa (2006). Dentre os achados, constatou-se que o ponto de vista científico impactou a cobertura do caso, influenciando na conduta da imprensa, que passou a se referir ao ocorrido como crime ambiental.

### Palavras-chave

Análise de conteúdo; Cobertura jornalística; Ciência; Barcarena; Crime ambiental.

### Abstract

This paper presents an analysis of the news coverage carried out by the newspapers O Liberal, and Diário do Pará, both from Pará, about the environmental accident that occurred in Barcarena-PA in February/2018 involving the Norwegian company Hydro/Alunorte. The main focus is to perceive how the perspective of science gained space and impacted the case coverage. For this, the methodology used was qualitative content analysis, described by Sousa (2006). Among the findings, it was found that the scientific point of view directly impacted the case coverage, influencing the press standpoint, which began to refer to what happened as an environmental crime.

### Keywords

Content Analysis; News Coverage; Science; Barcarena; Environmental Crime.

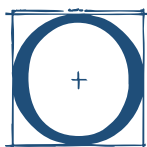
RECEBIDO EM 10 DE SETEMBRO DE 2021  
ACEITO EM 05 DE MAIO DE 2022

<sup>1</sup> Este artigo é parte do conteúdo da monografia apresentada ao XXVIII Programa Internacional de Formação de Especialistas em Desenvolvimento de Áreas Amazônicas (Fipam, do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA), da Universidade Federal do Pará (UFPA) como requisito para a conclusão da especialização em Comunicação Científica na Amazônia.

<sup>2</sup> Professora-Adjunta da Faculdade de Comunicação, da Universidade Federal do Pará. Contato: [anaprado@ufpa.br](mailto:anaprado@ufpa.br). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8901-249>.

<sup>3</sup> Especialista em Comunicação Científica na Amazônia (FIPAM) do Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (Naea) da Universidade Federal do Pará (UFPA) e mestre em Comunicação, Cultura e Amazônia (UFPA). Contato: [kelvinsouza@gmail.com](mailto:kelvinsouza@gmail.com). Analista de Gestão em Pesquisa no Instituto Evandro Chagas (IEC-PA). ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1266-6718>.

## Introdução



vazamento de resíduos da empresa norueguesa de mineração Hydro/Alunorte no município de Barcarena - situado na região nordeste do Pará, distante pouco mais de 100 quilômetros da capital Belém por estrada - em 17 de fevereiro de 2018 foi apenas mais um dos vários ligados à extração de minérios nessa região. Lemos e Pimentel (2021) referem 12 acidentes ocorridos entre 2003-2018, em Barcarena, com repercussões como poluição de rios e igarapés, lama industrial em área de floresta, mortandade de peixes, dentre outros efeitos sobre o ambiente e às populações locais.

Outro levantamento feito em ação ajuizada pelos Ministérios Públicos Estadual-MPPA e Federal-MPF, em 2016, enumera 17 acidentes ambientais ocorridos na área de Barcarena de 2000 a 2015. E ainda, levantamento do Instituto Evandro Chagas-IEC, com dados do MPPA, elenca 24 ocorrências ambientais de 2001 a fevereiro de 2018. É nesse contexto que se dá o acidente ambiental de fevereiro de 2018 e que motivou a cobertura jornalística objeto de análise deste trabalho.

O acidente de fevereiro de 2018 e os decorrentes desdobramentos mobilizaram veículos de imprensa locais, nacionais e internacionais, que abordaram o assunto com base em informações de diversas fontes como IEC, Hydro/Alunorte, força-tarefa do MPPA e MPF, Governo do Estado, Comissão de Direitos Humanos da Assembleia Legislativa do Pará, Universidade Federal do Pará-UFGPA, moradores das comunidades afetadas, Prefeitura de Barcarena, dentre outros atores sociais.

Este trabalho se propõe a analisar como se deu a cobertura jornalística pela imprensa paraense deste acidente, mais especificamente dos jornais O Liberal e Diário do Pará, tendo como foco a seguinte questão de pesquisa: como a ciência impactou a cobertura jornalística realizada

Ana Lúcia PRADO · Kelvin de SOUZA

sobre o acidente? Ou seja, busca-se, por meio deste estudo, encontrar pistas de como entidades científicas, sendo fontes dos jornais, ganharam papel fundamental no referido contexto e quais os seus efeitos no discurso jornalístico sobre o acidente ambiental.

Entende-se por discurso neste trabalho construções simbólicas que estão para além da língua. De acordo com Patrick Charaudeau, o discurso resulta das circunstâncias em que ele é produzido e da maneira pela qual se fala. “É, pois, a imbricação das condições extradiscursivas e das realizações intradiscursivas que produz sentido” (CHARAUDEAU, 2013, p. 40). Logo, perceber o jornalismo como discurso implica reconhecê-lo como “lugar de circulação e produção de sentidos” (BENETTI, 2006, p. 02). Para a autora, o discurso jornalístico é a) dialógico, porque toda linguagem é dialógica; b) polifônico, pode abrigar diferentes interdiscursos; c) opaco, não é transparente e é passível de interpretações; d) ao mesmo tempo efeito e produtor de sentidos; e) elaborado segundo condições de produção e rotinas particulares. (BENETTI, 2006).

### **Barcarena: uma *company town* amazônica**

Como parte das terras que compreendem a Amazônia, a área correspondente à refinaria de alumínio da Hydro/Alunorte em Barcarena, bem como a região de impacto imediato são envolvidas por profundas e sérias questões territoriais e de ocupação e, conseqüentemente, questões ambientais. Barcarena, aliás, é muito bem definida por Trindade Jr. e Chagas (2002) como a “*company town* do alumínio”.

O núcleo urbano planejado, construído para abrigar os trabalhadores da refinaria, foi denominado Vila dos Cabanos em alusão à Cabanagem, principal e mais efetiva revolução popular ocorrida no Pará na primeira metade do século XIX. O núcleo urbano de Vila dos Cabanos foi construído pela empresa pública federal Companhia de Desenvolvimento de Barcarena

## Desastre ambiental na Amazônia: a cobertura da imprensa paraense sobre o “Caso Hydro”

(Codebar) para abrigar a mão de obra qualificada e importada de outras regiões do país empregada nos projetos Albras/Alunorte e no Porto de Vila do Conde, construído para escoar a produção de alumínio para o exterior. Tudo isso como componente do Programa Grande Carajás.

A instalação da Albras/Alunorte em Barcarena em 1985 e 1995, respectivamente os anos de início de produção de cada uma, só foi possível graças à inauguração, em 1984, da Hidrelétrica de Tucuruí, no Rio Tocantins, a 380 km de Barcarena, a qual levou a um alagamento de uma área de 2.430 km<sup>2</sup>, uma vez que o processo de transformação da bauxita em lingotes de alumínio demanda um alto consumo de energia. É importante levar em consideração ainda que, apesar de sócios internacionais, a Albras e a Alunorte tinham como proprietária a antiga estatal Companhia Vale do Rio Doce (CVRD). Todo esse modelo de desenvolvimento foi pensado ainda durante os anos do governo militar.

A Vila dos Cabanos foi inaugurada em 1984 e pensada para atender às necessidades de todo o parque industrial de Barcarena, que não chegou a se concretizar. Projetada para abrigar uma população entre 40 e 70 mil pessoas até 1988, em 2002, tinha uma população de apenas oito mil habitantes. Nem todo o seu planejamento urbano chegou a ser efetivado. De acordo com Trindade Jr. e Chagas:

(...) o que se constata é que o zoneamento, em grande parte não efetivado, traduz também o caráter megalomaniaco do projeto urbanístico, presente na concepção da cidade (Vila dos Cabanos). Esta, parece ter sido pensada, projetada e divulgada mais com o propósito de seduzir e de respaldar um projeto dito de desenvolvimento que se encarregaria, na verdade, de reestruturar o espaço local. A imagem de modernidade que seria implantada estaria materializada no próprio espaço urbano. Como simulacro, a cidade se tornou parte de um projeto associado à modernidade e ao desenvolvimento. A discrepância entre o planejado e o executado revela a relação entre o discurso da forma urbana e a sua capacidade de convencimento. (TRINDADE JR. 2002, p. 207)

A lógica reproduzida em Barcarena com a Vila dos Cabanos lembra o que foi feito em outras cidades Amazônicas atingidas por grandes projetos:

Carajás, Tucuruí, Laranjal do Jari. A diferença de Vila dos Cabanos era o modelo de gestão do espaço, que era aberto. A Vila Permanente de Tucuruí tem um modelo de gestão semiaberto, de responsabilidade da Eletronorte, e Carajás é fechada e controlada pela Vale. Apesar disso, todas essas cidades representaram, quando da sua instalação, um novo padrão de desenvolvimento e de urbanismo na região; foram construídas para abrigar a mão de obra especializada desses empreendimentos. Todas elas exercem forte pressão sobre o ambiente da floresta.

Ainda sobre o contexto em que a Hydro/Alunorte está inserida em Barcarena, denúncias de lideranças dão conta de que as bacias de rejeitos estão localizadas em áreas de proteção ambiental<sup>4</sup> a céu aberto, onde a empresa deposita os rejeitos conhecidos como lama vermelha, produzidos durante o processo de extração da alumina da bauxita. Esse rejeito é rico em substâncias como a soda cáustica.

## Metodologia

Neste estudo, optou-se por analisar a cobertura do acidente em Barcarena realizada pelos jornais por meio da análise de conteúdo qualitativa, tal qual proposta por Sousa (2006). A presente pesquisa se inscreve no âmbito das pesquisas descritivas, constituindo-se em um estudo de caso. Ademais, consistiu em análise documental de fontes de origem secundária (mídia impressa), pois o próprio objeto de pesquisa compreende as edições dos jornais impressos que trouxeram a cobertura do Caso Hydro.

---

<sup>4</sup> A denúncia foi feita pelo advogado da Associação dos Caboclos Indígenas e Quilombolas da Amazônia-Cainquiama, Ismael Moraes, em depoimento no dia 13 de junho de 2018, na Câmara dos Deputados, em Brasília, na audiência da Comissão Externa Destinada a Averiguar Possível Rompimento das Bacias de Rejeitos de Mineração no Município de Barcarena – PA. Na ocasião, o advogado declarou que uma das bacias de rejeitos construídas pela Hydro Alunorte, a DRS2 (Bacia de Depósito de Rejeitos Sólidos 2) e parte da DRS1 (Bacia de Depósito de Rejeitos Sólidos 1) estão construídas dentro de uma Área de Proteção Ambiental (APA), definida justamente como um cinturão de amortização dos impactos ambientais do empreendimento, a área compreende ainda as nascentes de rios como o Murucupí, Barcarena e Igarapé Tauá.

A análise qualitativa leva em consideração o contexto do fenômeno estudado e o desenrolar dos acontecimentos para observar como a divulgação da ciência afetou os fatos da narrativa. Às conexões necessárias a essa análise qualitativa, dá-se o nome de inferência: “a inferência é considerada uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada.” (FONSECA JÚNIOR, 2010, p. 284). Para que essas inferências sejam feitas de maneira consistente com o discurso, são observados índices:

No contexto do jornalismo, a palavra MoJo parece ter sido cunhada por funcionários dos jornais Gannett nos EUA em 2005. Era o nome código para um projeto do The News-Press em Fort Myers, na Flórida, em que os repórteres estavam se reunindo e distribuindo notícias de novas maneiras, embora a maioria dos repórteres use ainda laptops e câmeras portáteis (QUINN, 2014, p.84).

Assim, o contexto do fenômeno estudado e o desenrolar dos acontecimentos no período escolhido para observar permitem perceber como a presença de atores do campo da ciência afetou o desenrolar dos fatos na narrativa jornalística. Para Bourdieu, os campos são produzidos por processos de diferenciação do mundo social e são caracterizados por disputas de poder e instituições em busca de hegemonia e capital (BOURDIEU, 1989). Para Kropf e Ferreira (1998, p. 595), a ideia de um “capital social permite perceber como cientistas se posicionam desigualmente no campo científico”. Essa percepção torna possível entender porque determinados cientistas ou instituições se tornam referências também no campo midiático, falando de dentro do campo científico, mas estendendo seus efeitos.

Além das disputas internas do campo científico, historicamente, a ciência sofre pressões de outros campos. É o caso do que se viu durante a epidemia da Covid-19 no Brasil e o campo político, quando agentes políticos se posicionaram frontalmente contra o discurso científico, primeiro em relação à gravidade da pandemia, depois sobre as medidas de proteção e

finalmente contra a estratégia de imunização (vacina). Levantamento de Massarani, Leal e Waltz (2020) constatou que 13,5% dos 100 links com maior engajamento nas redes sociais sobre vacina entre maio de 2018 e maio de 2019 (período anterior à pandemia) correspondem à desinformação, intituladas pelo senso comum como “Fake News”<sup>5</sup>.

## **Corpus de análise**

Para o corpus de análise deste estudo, foram selecionadas apenas as matérias jornalísticas de cunho informativo veiculadas em O Liberal e Diário do Pará e publicadas nos dez primeiros dias da cobertura: de 19 de fevereiro de 2018, data de publicação das primeiras notícias, a 28 de fevereiro de 2018. O objetivo dessa escolha foi capturar as primeiras decisões editoriais de cada jornal quanto ao desastre, incluindo a divulgação da primeira nota técnica produzida pelo Instituto Evandro Chagas; que junto com a Universidade Federal do Pará ocupou esse lugar de protagonistas do campo científico - o que demarca importante orientação nessa cobertura; bem como os primeiros movimentos da força-tarefa dos Ministérios Públicos Estadual e Federal, de parlamentares estaduais e federais, da comunidade e da própria empresa mineradora.

Vale destacar que, após esses primeiros 10 dias de acontecimentos, houve muitos desdobramentos do caso: decisão da Justiça Federal e do Pará da redução em 50% da produção da refinaria; a realização de Comissão Parlamentar de Inquérito pela Assembleia Legislativa do Pará, encerrada em dezembro de 2018; e a assinatura de Termo de Ajustamento de Conduta da empresa com o MPPA e o MPF.

---

<sup>5</sup> Mesmo não sendo objeto de análise deste trabalho, vale ressaltar essa importância do campo científico como protagonista no espaço midiático representado pela presença forte de especialistas na cobertura da pandemia e servindo de contraponto às narrativas pautadas pelo ecossistema de desinformação que disputavam a atenção do público num cenário de emergência sanitária.

A unidade de análise de conteúdo considera a matéria individual ou texto sobre o acidente, sendo considerado texto sobre o acidente todas as matérias jornalísticas informativas que se referiam ao acidente direta ou indiretamente. As chamadas de capa também foram consideradas unidades de análise. Todos os textos que contaram com título em sua diagramação no jornal foram considerados individualmente. Foram excluídos os textos editoriais, opinativos ou colunas assinadas, mesmo que de caráter informativo.

Para o alcance do objetivo deste estudo, adotou-se como marco temporal a divulgação da primeira Nota Técnica publicada pelo IEC em entrevista coletiva realizada no dia 22 de fevereiro de 2018 e que foi publicada nas edições do dia 23. Logo, a análise qualitativa buscou identificar o impacto dessa divulgação, comparando a cobertura feita de 19 a 22 de fevereiro e a cobertura feita de 23 a 28.

Foram escolhidos os dois principais jornais diários e de perfil generalista do Pará: O Liberal e Diário do Pará. Ambos pertencem aos dois principais grupos de mídia que atuam no estado, a Organização Rômulo Maiorana (ORM), cuja emissora de TV é afiliada à Rede Globo, e a Rede Brasil Amazônia de Comunicação (RBA), do qual a TV é afiliada ao grupo Band, respectivamente, ambos concentrados na capital do estado.

## **Pano de fundo teórico**

Para compreender o caso e os indícios enunciados na cobertura jornalística em questão, é necessário lançar mão de conceitos do campo do jornalismo e da divulgação científica, uma vez que o problema se encontra no cruzamento de ambas as práticas.

As contribuições de Jorge Pedro Sousa (2004a, 2004b, e 2006) são duplamente importantes no âmbito deste trabalho: tanto no que se refere ao tratamento do material para a análise quanto do ponto de vista da teoria



do jornalismo. Importante também mencionar a contribuição de Bruno Latour (1988), fruto de sua etnografia dos grupos científicos, em relação à credibilidade científica e à produção dos fatos científicos.

O trabalho de Cremilda Medina (2008) sobre a relação entre jornalismo, ciência e a gênese de suas linguagens positivistas ao longo do século XIX também contribui para a interpretação do fenômeno da cobertura jornalística do Caso Hydro, ainda que ele se dê em um contexto de crise do paradigma positivista. Rebelo (2002) e Alicia Ivanissevich (2005) se somam a outros autores no exercício de compreensão do objeto deste estudo.

## **A ciência como protagonista na cobertura do Caso Hydro**

A divulgação das análises realizadas pelo Instituto Evandro Chagas foi a principal manchete de capa dos dois jornais no dia seguinte à coletiva de imprensa do Instituto, ocorrida no dia 22 de fevereiro, quando ficou comprovada técnica e cientificamente a contaminação do meio ambiente e de áreas próximas às comunidades “Bom Futuro” e “Vila Nova” em Barcarena com efluentes industriais em níveis acima dos permitidos pela legislação ambiental brasileira. No texto principal da chamada, ambos destacaram a comprovação da contaminação da água dos rios; O Liberal chamou atenção ainda para a revelação, pelo IEC, de uma tubulação clandestina que escoava efluentes da fábrica para o meio ambiente. O Diário do Pará usou o verbo “contaminar” e O Liberal o substantivo “contaminação”.

### **Quadro 01 - Textos principais das chamadas de capa sobre o Caso Hydro**

<b>Data</b>	<b>Diário do Pará</b>	<b>O Liberal</b>
<b>19/fev</b>	Novo Vazamento da Hydro em Barcarena	Lama avermelhada assusta comunidades em Barcarena
<b>20/fev</b>	Vazamento em Barcarena OAB quer ação contra a Hydro por dano ambiental	Água de Barcarena é submetida a perícias

## Desastre ambiental na Amazônia: a cobertura da imprensa paraense sobre o “Caso Hydro”

<b>21/fev</b>	Inquéritos MP investiga a Hydro por dano ambiental	Deputados vão investigar denúncias contra Hydro
<b>22/fev</b>	Amanhã Hydro será alvo de protestos	BARCARENA Laudo sobre qualidade das águas sai hoje
<b>23/fev</b>	Laudo do Evandro Chagas confirma lama da Hydro contaminou rios de Barcarena	Laudo atesta contaminação e 'dreno' clandestino da Hydro
<b>24/fev</b>	Crime Ambiental em Barcarena Hydro não tinha licença para operar	MP pede embargo de bacia de rejeitos da mineradora Hydro
<b>25/fev</b>	Crime Ambiental Governo Jatene sabia dos riscos de vazamento na Hydro	BARCARENA Moradores sentem na pele efeitos da poluição
<b>26/fev</b>	Crime Ambiental Vazamento da Hydro foi desastre anunciado	MP abre inquérito penal contra a Hydro Alunorte
<b>27/fev</b>	Crime Ambiental Ministro pede suspensão e multa para a Hydro	Ministro pede punição à Hydro. Estado triplica o valor da multa.
<b>28/fev</b>	Crime Ambiental Câmara Federal deve criar PCI para investigar a Hydro	Ibama inicia vistoria nas instalações da Hydro

**Fonte:** dados dos autores, 2019.

Ao longo de todo o período estudado, o Diário trouxe chamadas de capa afirmativas sempre contrárias à mineradora. No entanto, percebe-se claramente uma mudança e uma padronização das chamadas de capa após a divulgação dos laudos feita pelo IEC. Essa mudança tornou as chamadas ainda mais comprometedoras em relação à responsabilidade da Hydro no caso, quando o periódico passa a usar em todas as chamadas, de 24 a 28 de fevereiro, a expressão: “Crime ambiental”.

Nessa repercussão do impacto da divulgação do IEC, percebe-se conceitos trabalhados por Latour em sua etnografia do campo científico, e que se referem à atividade dos cientistas como a produção de fatos, a credibilidade do cientista e a capacidade da ciência de construir a realidade:

“O fato de se conceder crédito aos nossos pesquisadores tem, portanto, um sentido bem mais amplo do que um simples reconhecimento. Em particular, o crédito a que eles fazem referência sugere um modelo econômico integrado de produção de fatos” (LATOURE, 1997, p. 215)

O Liberal também deu visibilidade à atuação científica, por exemplo, em 22 de fevereiro, dia marcado para a divulgação das análises do IEC, o jornal publicou uma manchete gerando expectativa sobre a divulgação das análises científicas: “Barcarena. Laudo sobre qualidade das águas sai hoje”. O texto de apoio da manchete também deixa clara a função da ciência em estabelecer fatos: “Laudo do Instituto Evandro Chagas vai dizer se as águas avermelhadas que alagaram a cidade, na semana passada, estavam ou não contaminadas por rejeitos da Hydro.” As palavras do texto de apoio “Laudo do Instituto” aparecem destacadas em maiúsculo e na cor verde. Nessa chamada, percebe-se a intenção informativa de dizer ao público que o laudo sairia naquela data, mas, pela presença da chamada na capa fica evidente uma escolha por parte do veículo de destacar essa informação.

No entanto, após a divulgação do laudo, ocorre uma profunda mudança na forma de se referir aos fatos. A partir das declarações feitas pelo Instituto Evandro Chagas, a notícia, o fato deixam de ser as “denúncias”, o “suposto vazamento”, e passa a ser o “vazamento”, a “contaminação”, o “dano ambiental”. As análises do IEC demonstraram a presença no meio ambiente, nas águas superficiais dos igarapés da região, de metais pesados, PH alterado, elementos químicos também característicos e presentes nos efluentes, resíduos e rejeitos do processo industrial da Hydro/Alunorte.

A detecção da contaminação do meio ambiente em níveis muito acima dos permitidos pela legislação ambiental brasileira e a revelação do tubo não reconhecido pela empresa e que jorrava um líquido caracterizado pelo IEC como efluente industrial não tratado foi em si um fato novo, o qual transformou a cobertura jornalística feita dos acontecimentos, um fato novo que transformou a notícia. “Assim sendo, o ‘acontecimento’ construiria a ‘matéria-prima’, (...) o antecedente cronológico da notícia que por seu lado, asseguraria a sua materialização” (REBELO, 2002, p.13). Desta forma,

## Desastre ambiental na Amazônia: a cobertura da imprensa paraense sobre o “Caso Hydro”

vemos a dinâmica envolvendo a ciência, a divulgação científica, o jornalismo e a ideia de fato.

### Quadro 02 – Como os jornais se referem ao caso no período de 19/02 a 22/02

O LIBERAL			
<b>Data</b>	19 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Água avermelhada atemoriza Barcarena
<b>Indicadores:</b> "seria um aparente vazamento de rejeitos da barragem da empresa Hydro" "o acidente teria acontecido"			
<b>Data</b>	20 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Dois órgãos analisam água de Barcarena
<b>Indicadores:</b> "a coincidência de que entre os rejeitos da produção de alumínio há uma lama avermelhada, mantém aceso sinal de alerta." "A hipótese é de que isso provocou o transbordamento ou algum dano a depósitos de resíduos da refinaria."			
<b>Data</b>	21 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Deputados saem em defesa de Barcarena
<b>Indicadores:</b> "investigar as denúncias de moradores do município de Barcarena sobre os riscos de um desastre ambiental provocados pelas atividades da empresa Hydro Alunorte" "ao mesmo tempo, o Ministério Público do Estado do Pará (MPPA) instaurou dois inquéritos, para investigar o possível vazamento de rejeitos de alumina."			
<b>Data</b>	21 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	OAB diz que Hydro Alunorte deveria estar preparada para tempo chuvoso
<b>Indicadores:</b> "socioambientais provocados pelo suposto transbordamento, caso tenha de fato ocorrido."			
<b>Data</b>	22 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Sai hoje primeiro laudo sobre Barcarena
<b>Indicadores:</b> "após o suposto vazamento de resíduos do depósito da mineradora"			

<p>“as comunidades que teriam sido atingidas receberão amanhã”</p> <p>“Não está descartada a possibilidade de que, no último sábado, a chuva forte sobre Barcarena”</p> <p>“o que teria resultado no líquido vermelho que atingiu o solo e”</p> <p>“divulgação dos laudos, as comunidades que teriam sido atingidas”</p>			
<b>Data</b>	22 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Deputados recebem apoio de ministério para investigação sobre a Hydro
<b>Indicadores:</b>			
<p>“denúncias de possível vazamento de rejeitos da área da empresa norueguesa”</p> <p>“já teria alcançado inclusive florestas, igarapés e rios da região”</p>			
DIÁRIO DO PARÁ			
<b>Data</b>	19 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Moradores denunciam crime ambiental em Barcarena
<b>Indicadores:</b>			
<p>“foram surpreendidos com uma possível contaminação em seus terrenos e mananciais”</p> <p>“Eles acreditam que a causa do transtorno é um início de vazamento nas barragens da multinacional norueguesa Norks Hydro”</p> <p>“A preocupação é que a bauxita- matéria-prima do alumínio-, resíduo manipulado pela empresa, contamine o ecossistema, além do vazamento da lama vermelha.”</p>			
<b>Data</b>	20 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	OAB quer ação contra Hydro por dano ambiental em Barcarena
<b>Indicadores:</b>			
<p>“confirma que as punições, caso seja comprovado que houve vazamento nas barragens da empresa no último dia 17, como denunciam os moradores, são muitas e severas.”</p>			
<b>Data</b>	20 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	População foi quem denunciou contaminações
<b>Indicadores:</b>			
<p>“foram surpreendidos por uma possível contaminação em seus terrenos e mananciais.”</p>			
<b>Data</b>	21 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	MPE abre inquéritos para investigar crimes ambientais em Barcarena

**Desastre ambiental na Amazônia: a cobertura da imprensa paraense sobre o “Caso Hydro”**

<b>Indicadores:</b>			
<p>“Este procedimento vai apurar um suposto vazamento de rejeitos ocorrido na empresa Hydro Alunorte, e seus impactos ao meio ambiente”</p> <p>“vai apurar os impactos socioambientais possivelmente provocados pelo vazamento”</p> <p>“estava em tom vermelho em razão de um suposto vazamento de rejeitos”</p> <p>“entrevistar moradores e averiguar possíveis impactos socioambientais.”</p> <p>“surpreendidos com uma possível contaminação em seus”</p>			
<b>Data</b>	21 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Comissão de deputados federais acompanhará investigações
<b>Indicadores:</b>			
<p>“sobre o possível vazamento de rejeitos químicos de”</p>			
<b>Data</b>	22 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Comunidades de Barcarena farão protesto contra danos ambientais
<b>Indicadores:</b>			
<p>“afirmam que as consequências de um possível vazamento nas barragens”</p> <p>“foram surpreendidos por uma possível contaminação em seus terrenos e mananciais”</p> <p>“as bacias teriam ultrapassado a sua capacidade com as chuvas dos últimos dias”</p> <p>“às comunidades atingidas pelo suposto vazamento na barragem da Hydro”</p>			
<b>Data</b>	22 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	Evandro Chagas divulga laudo hoje
<b>Indicadores:</b>			
<p>“devido a um possível lançamento de efluentes das atividades”</p>			
<b>Data</b>	22 de fevereiro 2018	<b>Matéria</b>	OAB pode pedir suspensão das atividades da Hydro em Barcarena
<b>Indicadores:</b>			
<p>“começou a ouvir as comunidades afetadas pela possível contaminação e não descarta”</p> <p>“os problemas enfrentados pela possível contaminação da água”</p>			

**Fonte:** dados dos autores, 2019

Nesse contexto, percebemos a crença dos jornais e da sociedade – uma vez que os jornais falam, produzem discurso para essa sociedade, ao mesmo tempo em que a integram – na capacidade da ciência em demonstrar eventos: “A confiança popular se apoia em uma cultura que concebe a ciência como forma de conhecimento do mundo natural, que permite prever, calcular, programar e demonstrar eventos com objetividade e precisão.” (IVANISSEVICH, 2005, p.26).

Outro ponto a ser destacado referente ao impacto da participação da perspectiva científica na cobertura no trabalho da imprensa pode ser notado no dia 23 de fevereiro, quando o Diário repercutiu o impacto das revelações do IEC na Ordem dos Advogados do Brasil, que acompanhava o caso, e que, a partir da comprovação da contaminação, entrou com uma ação judicial para pedir intervenção na Secretaria de Estado de Meio Ambiente, a qual já havia declarado não ter havido contaminação. No dia posterior à divulgação, a força tarefa do Ministério Público fez uma coletiva de imprensa para falar sobre os próximos passos da investigação a partir da comprovação da contaminação. A imprensa mostrou ainda, nos dias posteriores, a repercussão na comunidade e no meio político, com a força que os pedidos de CPI em nível Federal e Estadual ganharam por conta da comprovação. No âmbito do Governo, também houve repercussão no Ministério do Meio Ambiente com pedido de embargo da planta industrial da Hydro.

A atuação da fonte científica, nesse caso, funcionou como catalisador de todos esses acontecimentos, “os meios de comunicação são o caminho mais imediato e abrangente de intensificar a divulgação científica para o grande público” (IVANISSEVICH, 2005, p.13-14). Percebe-se nesse caso que a ciência passa a ser um ator relevante, capaz de mobilizar opinião pública, com repercussão em vários setores da sociedade.

É importante mencionar ainda que no caso Hydro houve uma grande diversidade de fontes acionadas, inclusive a publicação da posição da empresa

em negar o vazamento. Mas o comprometimento da empresa com a situação e dos órgãos ambientais fiscalizadores e licenciadores do empreendimento tornou ainda mais relevante a participação da ciência.

## **Considerações finais**

O presente trabalho nasceu da necessidade de perceber o impacto do papel da ciência no caso Hydro/Alunorte, em Barcarena-PA. Do vasto material coletado, apresenta-se aqui um recorte realizado a partir da análise de conteúdo qualitativa, dentro de uma configuração temporal de 10 dias, de 18 a 28/02/2018. Nesse sentido, algumas inferências merecem menção a partir da pergunta que norteou este estudo: como a ciência impactou a cobertura jornalística realizada sobre o acidente?

Atores do campo científico tornaram-se fundamentais, ocupando protagonismo, e passaram a nortear a narrativa jornalística em casos de interesse público como, por exemplo, nos crimes ambientais, inclusive se configurando em marco cronológico dos acontecimentos, o que os divide em antes e depois da publicação dos resultados científicos que se detiveram em explicar o acontecimento.

No caso da Hydro em Barcarena, o fato do Instituto Evandro Chagas ter encontrado um vazamento, supostamente desconhecido pela empresa mineradora, e a divulgação desse achado a todos os veículos de imprensa, locais, nacionais e internacionais colaborou para os desdobramentos que o caso teve e impactou diretamente a cobertura jornalística, com ampla visibilidade às fontes científicas. Essa visibilidade também serviu de fator de pressão pela opinião pública e de outras instituições sociais que atuaram no caso, sobretudo em cima dos entes públicos e da mineradora.

O conhecimento científico, nesse caso, foi o ponto norteador para a mudança de enunciados quanto ao desastre. A ciência atuou como ator que legitimou e atestou a gravidade das denúncias feitas pela comunidade – cuja



narrativa jornalística traduziu-se em autoridade de fala. Ao mesmo tempo, a ciência representada pelas atuações do Instituto Evandro Chagas e da Universidade Federal do Pará também se tornou alvo da mineradora, quando ela evocou um outro parecer técnico como forma de contestar os laudos produzidos pelas duas entidades científicas. Essa contraposição discursiva apresenta-se como uma estratégia de relativização da autoridade científica desenhada no escopo da cobertura de ambos os jornais, que passaram a tratar o acidente como “crime ambiental”.

Quando se trabalha com divulgação científica na Amazônia paraense<sup>6</sup>, tem-se em mente a importância da causa, mas nem sempre é possível perceber o interesse das redações dos veículos de comunicação nos temas relacionados ao conhecimento científico. As dificuldades de se divulgar ciência na região crescem na mesma medida em que aumentam também as limitações para produzir ciência na região: pouco acesso a fontes financiadoras, falta de editais focados nos problemas da região, desafios para a formação de mão-de-obra qualificada para atuação científica e dificuldade de reter essa mão de obra na região. A questão parece mudar quando os acontecimentos de forte interesse público passam a configurar a agenda jornalística. Nesse caso, a via de interesse se modifica e a ciência passa ser a fonte para explicar o fenômeno relacionado ao fato.

É fundamental que órgãos de pesquisa se preocupem e invistam cada vez mais em divulgação científica, ainda mais na Amazônia, uma região que recebe poucos recursos financeiros para a produção de ciência, o pouco que se produz diante da necessidade merece ganhar o máximo de relevância e visibilidade. Finalmente, fica evidente que a divulgação científica é parte da resposta à crítica feita aos cientistas do pouco diálogo entre ciência e sociedade.

---

<sup>6</sup> Os autores já atuaram e ainda atuam em projetos de divulgação da ciência por meio da imprensa nas instituições que alcançaram protagonismo no caso Hydro.

Tem-se a clareza, no entanto, que esse estudo constitui apenas o início do entendimento desse processo. Outros aspectos da cobertura merecem uma análise cuidadosa, perspectivas da relação ciência e jornalismo que não foram aqui abordados, inclusive, com futuras análises ampliadas para marcos temporais maiores, para compreender, por exemplo, os movimentos de polarização entre interesses econômicos e o campo científico, quando a empresa Hydro chega a contratar outras entidades que oferecem outros achados para, com isso, questionar os resultados publicados pelo IEC e UFPA.

Os atores científicos não deveriam ser acionados pelo jornalismo apenas após os desastres ambientais. É bem provável que acidentes ambientais como de Mariana-MG, em 2015, de Barcarena-PA, em 2018 e de Brumadinho, em 2019, foram sinalizados com antecedência em estudos científicos que dão conta dos impactos sociais e ambientais.

## Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- BENETTI, Marcia. Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. **InTexto**, Porto Alegre, v. 1, n. 14, p. 01-11, 2006.
- BRASIL. **Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde**. Instituto Evandro.
- BOURDIEU, Pierre. **Poder Simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Vigilância em Saúde. Instituto Evandro Chagas. **Nota Técnica SAMAM-IEC 002/2018**. Disponível em: <<http://www.iec.gov.br/portal/wp-content/uploads/2018/03/NOTA-T%C3%89CNICA-SAMAM-IEC-002-2018-compressed.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2019.
- BRASIL. Congresso. Senado. **Bacias de Rejeitos de Mineração em Barcarena/PA: o que foi feito?** Brasília, 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=wcV7t0DkMHI&feature=youtu.be>>. Acesso em: 15 jan. 2019.
- Chagas. **Apresentação**. Disponível em: <<http://www.iec.gov.br/portal/apresentacao/>>. Acesso em: 10 mai. 2018

CASTRO, Fábio Fonseca de. **Sistemas de comunicação na Amazônia**. Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos, São Leopoldo, v. 14, n. 3, set/dez. 2012, p. 179-91.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2019.  
FONSECA JR, Wilson Corrêa da. Análise de Conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FONTES, Edilza. **O peão de trecho e o peão de casa: identidade operária entre os trabalhadores da construção civil de Barcarena no canteiro de obras da ALBRAS/ALUNORTE**. Novos Cadernos NAEA, Belém, v. 6, n. 1, jun. 2003. Disponível em: <<https://periodicos.ufpa.br/index.php/ncn/article/view/83>>. Acesso em: 21 jan. 2019.

IVANISSEVICH, Alicia. **A mídia como intérprete**. In: VILAS BOAS, Sérgio (org.) Formação e informação científica. São Paulo: Summus, 2005.

KROPF, Simone; FERREIRA, Luiz. **A prática da ciência: uma etnografia no laboratório**. História, Ciências, Saúde. vol. IV (3). p. 589-97. 1998.

LATOUR, Bruno; WOOLGAR, Steve. 1997. **A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1988.

LEMO, Marcos; PIMENTEL, Márcia. **Mineração e desastres ambientais com rejeitos de bauxita e caulim no município de Barcarena-Pará-Amazônia-Brasil**. Revista Territorium. No. 28, 2017, pp. 137-156. DOI: [https://doi.org/10.14195/1647-7723\\_28-1\\_8](https://doi.org/10.14195/1647-7723_28-1_8)

MASSARANI, Luísa; LEAL, Tatiane; WALTZ, Igor. **O debate sobre vacinas em redes sociais: uma análise exploratória dos links com maior engajamento**. Cadernos de Saúde Pública, v. 36, supl. 2, p.1-13, 2020a. <https://doi.org/10.1590/0102-311x00148319>.

MEDINA, Cremilda. **Ciência e Jornalismo: da herança positivista ao diálogo dos afetos**. São Paulo: SUMMUS, 2008.

MELO, José Marques de; FADUL, Anamaria, ANDRADE, Antônio, et al. **O Mercosul na Imprensa do Mercosul**. Disponível em: <<http://www.santafe-conicet.gov.ar/servicios/comunica/ponencias/mercoms1.htm>>. Acesso em: 24 jan. 2019.

Ministério Público do Estado do Pará. **Ministério Público pede fornecimento urgente de água potável à população de Barcarena (PA)**. Disponível em: <<http://www.mpf.mp.br/pa/sala-de-imprensa/noticias-pa/ministerio-publico-pede-fornecimento-urgente-de-agua-potavel-a-populacao-de-barcarena>>. Acesso em: 21 jan. 2019.

PARÁ. Hydro Alunorte. **Barcarena**. Disponível em: <<https://www.hydro.com/pt-BR/a-hydro-no-brasil/operacoes-no-brasil/barcarena/>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

PINTO, Lúcio Flávio. **A mesma origem dos jornais rivais**. Observatório da imprensa. Edição 448, de 28 de agosto de 2007. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/caderno-da-cidadania/a-mesma-origem-dos-jornais-rivais/>>. Acesso em: 18 jan. 2019.

PINTO, Pâmela Araújo. **Mídia regional brasileira**: características dos subsistemas midiáticos das regiões Norte e Sul. 2015. 337f. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal Fluminense, Niterói (RJ), 2015.

PARÁ. Hydro Alunorte. **Sobre a Hydro**. Disponível em: <<https://www.hydro.com/pt-BR/a-hydro-no-brasil/>>. Acesso em: 10 maio, 2018.

PORTO-GONÇALVES, Carlos Walter. **Amazônia: encruzilhada civilizatória: tensões territoriais em curso**. Rio de Janeiro: Consequência Editora, 2017.

RESENDE, Fernando. **Cidade, comunicação e cultura**: a diferença como questão. v.12, n. 22, jan./jun. 2005.

REBELO, José. **O discurso do jornal: o como e o porquê**. Lisboa: Notícias Editorial, 2. ed. 2002.

SAUER, Sérgio. **Violação dos direitos humanos na Amazônia**: conflito e violência na fronteira paraense. Goiânia: Comissão Pastoral da Terra; Rio de Janeiro: Justiça Global; Curitiba: Terra de Direitos, 2005.

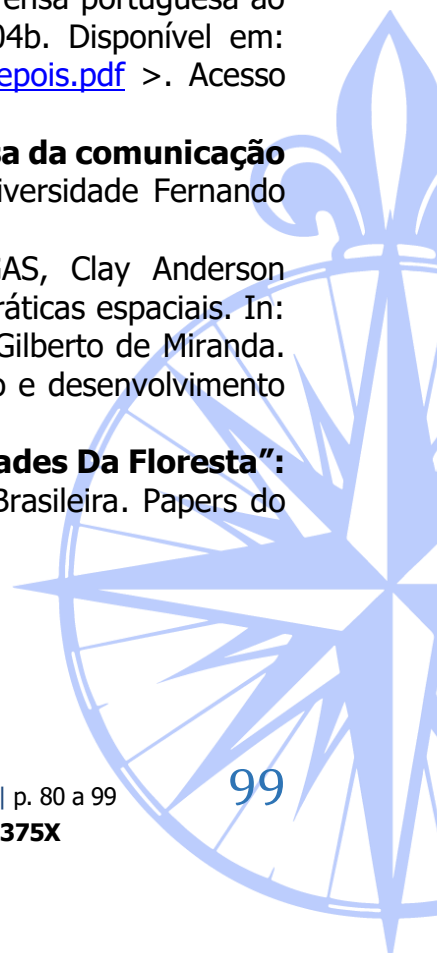
SOUSA. Jorge Pedro. **Introdução à análise do discurso jornalístico impresso**: um guia de estudantes de graduação. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004a.

SOUSA. Jorge Pedro. **O dia depois**: a reação da imprensa portuguesa ao atentado de 11 de Março de 2004 em Madrid, 2004b. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-dia-depois.pdf> >. Acesso em: 18 jan. 2019.

SOUSA. Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2. ed. Revista e Ampliada. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2006.

TRINDADE JUNIOR, Saint-Clair Cordeiro da; CHAGAS, Clay Anderson Nunes. A Company Town do Alumínio: concepção e práticas espaciais. In: TRINDADE JUNIOR, Saint-Clair Cordeiro da; ROCHA, Gilberto de Miranda. **Cidade Empresa na Amazônia**: gestão do território e desenvolvimento local. Belém: Paka-Tatu, 2002.

\_\_\_\_\_. **Das “Cidades Na Floresta” Às “Cidades Da Floresta”**: espaço, ambiente e urbanodiversidade na Amazônia Brasileira. Papers do NAEA. n. 321. 2013



# A (IN)VISIBILIDADE DA AUDIÊNCIA EM TELEJORNAIS LOCAIS: aspectos da região Norte

## THE (IN)VISIBILITY OF THE AUDIENCE IN LOCAL TV NEWS: aspects of the North region

William Castro MORAIS<sup>1</sup>

Universidade Federal de Santa Catarina | Brasil

Cleide Luciane ANTONIUTTI<sup>2</sup>

Universidade Federal do Cariri | Brasil

### Resumo

Este artigo buscou analisar como os telejornais regionais colocam a audiência no cotidiano dos veículos de televisão líderes nos estados do Pará e Tocantins, situados no Norte do Brasil. A partir das perspectivas de cada capital, será possível compreender de que forma os programas Jornal Liberal 1ª Edição e Jornal Anhanguera 1ª Edição atingem a audiência e geram visibilidade, relacionamento e aproximação. Para identificar os temas, espaços, singularidades, semelhanças e diferenças na investigação, foi adotada a técnica metodológica da Análise da Materialidade Audiovisual (COUTINHO, 2018). Além disso, foi realizada pesquisa bibliográfica para aprofundamento das discussões sobre o assunto. Os resultados demonstraram que a audiência ainda não tem essa visibilidade como os telejornais tanto reforçam em suas programações locais.

### Palavras-chave

Telejornalismo. Audiência. Norte. Pará. Tocantins.

### Abstract

This article sought to analyze how regional news programs place the audience in the daily lives of the leading television vehicles in the states of Pará and Tocantins, located in Northern Brazil. From the perspectives of each capital, it will be possible to understand how the programs Jornal Liberal 1st Edition and Jornal Anhanguera 1st Edition reach the audience and generate visibility, relationship, and closeness. To identify the themes, spaces, singularities, similarities and differences in the investigation, the methodological technique of Audiovisual Materiality Analysis (COUTINHO, 2018) was adopted. In addition, literature research was conducted to deepen the discussions on the subject. The results showed that the audience still does not have this visibility as the news programs reinforce so much in their local programming.

### Keywords

Telegenesis. Court hearing. North. Pará. Tocantins.

RECEBIDO EM 11 DE JULHO DE 2021

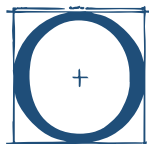
ACEITO EM 20 DE JUNHO DE 2022

<sup>1</sup> Doutorando em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Mestre em Comunicação e Sociedade (UFT). Bacharel em Comunicação Social-Jornalismo (UFMA) Contato: jorwilliamcastro@gmail.com

<sup>2</sup> Pós-doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná. Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal do Rio Janeiro/IBICT. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Cariri. Contato: luciane.antonutti@ufca.edu.br



## Introdução



telejornalismo tem buscado ser mais dinâmico, com ferramentas que aproximam o telespectador e possibilitam diferentes abordagens na produção e divulgação de informações. Percebe-se que o cenário atual é composto por consumidores que interagem, por meio de aplicativos ou plataformas integradas à televisão, proporcionada por uma linguagem com mais conversação e espaços específicos de envolvimento.

A audiência deixou de ser um mero receptor e passou a registrar situações inusitadas e flagrantes do dia a dia, em que os profissionais da comunicação não chegaram a tempo ou não tiveram acesso, e assim fortalecer sua presença nos telejornais, sejam eles locais ou nacionais, incentivando-a a ser agente ativo na construção e divulgação dos materiais jornalísticos. Pensando nisso, ao assistir diariamente o Jornal Anhanguera 1ª Edição, produzido pela TV Anhanguera, na capital mais nova do país, em Palmas (TO), onde resido, observei uma audiência bastante ativa no noticiário veiculado no horário do almoço.

Durante a exibição, quem apresentava o jornal local fazia chamadas para que os telespectadores enviassem perguntas ao entrevistado do dia, fizessem fotos com registro de hábitos compatíveis após a veiculação de determinadas reportagens, bem como o envio de vídeos anunciando o intervalo do programa e sempre identificados pelos nomes e cidades de origem. Essa prática chama a atenção para um modelo também característico no estado vizinho, o Pará, em que o Jornal Liberal 1ª Edição, transmitido de Belém (TV Liberal), carrega traços parecidos e ambos possuem aplicativos próprios para colocar a audiência visível na programação.

Após me debruçar sobre o tema e refletir que os programas utilizam táticas comunicativas para gerar participação e tentar compreender como isso

ocorre em diferentes localidades, surgiu a pergunta problema: Como as emissoras da Rede Globo envolvem a audiência na rotina jornalística e a torna visível na programação de telejornais na região Norte? Esse cenário pode ser fruto de duas hipóteses, primeiro, por ser acionada e convocada para atuar como coprodutora das notícias, colaborando com o envio de fotos, vídeos e depoimentos, dando suporte e complementando o material que é veiculado no telejornal local, e segundo, a própria audiência toma iniciativa e apresenta algo que a incomoda, faz denúncia, sugere pautas, busca solução de um problema, entre outras demandas.

Para compreender esse fenômeno, o estudo teve como objetivo geral analisar o envolvimento da audiência nos telejornais do Pará e Tocantins. Entre os seguintes objetivos específicos estão o de verificar como os telejornais acionam as audiências para os programas; observar quais espaços cada telejornal disponibiliza para se aproximar da audiência; destacar os principais temas que envolvem a audiência e geram visibilidade e; identificar as semelhanças e diferenças de relacionamento com a audiência em cada capital.

## **Afinal, quem é a audiência?**

A atividade jornalística ultrapassou diversas transformações ao longo de sua história e, todos os dias, profissionais são desafiados pelas novas possibilidades na produção e divulgação dos conteúdos. Com os avanços tecnológicos na informática e comunicação, a audiência tem participado cada vez mais da agenda desses veículos. Se antes entrava em contato por meio de fax, cartas ou ligações, hoje, as pautas, fotos, vídeos, textos e áudios são compartilhados com a redação pelos aplicativos de mensagens, redes sociais e demais canais digitais.

Essas informações enviadas por amadores auxiliam na construção da notícia, principalmente, quando os jornalistas não conseguem presenciar e registrar os fatos. Esse fenômeno está presente em praticamente todas as

mídias, e mesmo com ascensão das redes sociais, “diante do expressivo déficit de leitores de jornal no país, pode-se dizer que atualmente o telejornal é um dos principais meios através do qual a população se informa” (CIRNE, 2009, p.84).

Logo, os telejornais de abrangência regional ou nacional assumiram importante papel na grade de programação das emissoras, com horário estável e várias exibições no decorrer do dia, e em certas situações emergentes até interrompem para noticiar plantões. Com a mudança da televisão analógica para a digital, as pessoas consomem mais informações e participam de forma instantânea da transmissão. Nesta ótica, Pereira (2008, p. 9) afirma que aos poucos o telejornalismo tem evoluído em meio a essas mutações, pois assim, “a TV assume caráter bidirecional, com características próprias, congregando serviços de outras mídias, como a diversidade de recursos da Internet”.

A presença dos telespectadores de maneira mais ativa nos noticiários revela um relacionamento mais próximo e de confiança entre os telejornais e a audiência, que resulta em credibilidade e fidelização. Sendo assim, é valorizada a participação, mesmo que direcionada e limitada.

Por meio de chats, fóruns, enquetes e salas de bate-papo, os telespectadores convertidos em usuários e internautas podem enviar perguntas, sugestões, emitir opiniões e estabelecer uma relação mais próxima com os produtores e convidados dos telejornais. Por sua vez, a equipe responsável pelo telejornal, pode conhecer mais de perto o seu público e perceber quais são suas preferências, o que pode favorecer a busca pela qualidade e audiência do programa televisivo. (SILVA & ROCHA, 2010, p. 211)

Becker (2016) reitera que a participação das audiências nem sempre quer dizer que são ativas, críticas e criativas, pois as tecnologias digitais podem até permitir uma maior expressão popular, mas, em si não são suficientes para transformarem o fazer jornalístico audiovisual mais diversificado, já que, para a autora, muitas dessas mensagens enviadas são da vida pessoal e não possuem nenhum valor informativo.



Para Vizeu e Alves (2019), a audiência é ativa quando operacionalizada pelos processos de interação, cooperação, colaboração e participação, na criação e manutenção de debates e mobilização para novos espaços públicos e produção das notícias. Entretanto, Vizeu (2002) considera que os jornalistas buscam conhecer o perfil de seu público para alcançá-los, por meio dos recursos discursivos e escolha nas abordagens, criando assim a audiência presumida.

Segundo o autor, os jornalistas têm uma imagem intuitiva da audiência e na produção das notícias constroem de maneira antecipada a audiência, a partir da organização do trabalho, dos processos produtivos, das regras particulares e demais questões. Mesmo assim, ele destaca que esses profissionais sentem dificuldades em saber quem realmente faz parte da audiência e, muitas vezes, apenas assumem a premissa de informar. O autor considera que o telejornal pode ser visto como uma montagem de vozes, tornando-se um espaço imaginário com múltiplas opções de inclusão da audiência.

Já Mesquita (2014) denomina a participação da audiência como potente, em que a escolha do que é notícia não é feita somente de maneira presumida, pois essa audiência indica interesses que são apropriados pelo jornalismo. A pesquisadora explica que isso ocorre devido ao acesso, ao uso dos dispositivos tecnológicos, à conectividade e a possível interatividade, que os envolve com os veículos de comunicação em diferentes momentos.

A autora esclarece que essa audiência potente se refere aos cidadãos que “estabelecem uma relação ativa com os veículos de comunicação, envolvendo-se, ou sendo envolvidos, nos processos produtivos e nas rotinas jornalísticas” (Mesquita, 2014, p. 57). E completa afirmando que a audiência pode criar e manter seus próprios espaços de visibilidade, com conteúdos acessíveis para a sociedade, que podem ser disponibilizados para um produto jornalístico ou discussões em canais de sua escolha.

Denominamos Audiência Potente esse novo agente que se envolve ou é envolvido nos processos, práticas e rotinas jornalísticas possuindo: capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção; capacidade de transformação, na medida em que muda sua forma de ação e de comportamento ao longo do tempo, dependendo de condições culturais, econômicas, sociais, tecnológicas, dentre outras; e capacidade de amplificação, na medida em que ressignifica o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, reverberando-o nas redes. (MESQUITA, 2014, p. 72)

Esse fenômeno também é visto por Ceretta e Massuchin (2018), que contribuem ao ressaltar que a audiência é participativa quando tem o nome vinculado ao material que produziu, tornando uma participação completa ao receber o crédito enquanto coprodutor do que foi divulgado. “Compreendemos que o cidadão comum, mais do que apenas receber conteúdo noticioso, quer também participar da produção” (CERETTA e MASSUCHIN, 2018, p. 2).

Em complemento a essa ideia, Vizeu e Mesquita (2011), enfatizam que a audiência coprodutora é marcada pela utilização de celulares, câmeras e dialogam com outras audiências e com os jornalistas em atuação em várias mídias. Porém, entende-se que os telejornais muitas vezes não sabem lidar com a audiência e sua potencialidade, pois não existe uma relação profissionalizada, e isso é um desafio, pois precisam se reinventar.

Correia e Vizeu (2008) afirmam que o processo de produção noticioso é bem complexo, e envolve diversos segmentos e atividades, marcadas por uma audiência interativa, com contextualização e descontextualização dos fatos. Os autores ressaltam que para torná-las membros co-participantes do telejornal, os apresentadores costumam utilizar expressões com pronomes pessoais em que o telespectador parece estar sentado ao lado, convidando-os para acompanhar a programação.

Devido a esse modo de fazer jornalismo, segundo Martins (2017), vive-se um cenário em que a informação apurada pelo jornalista concorre com dados enviados pela audiência, resultando em uma apropriação mais crítica do

que é consumido, e ela acaba fazendo leituras diferentes diante de um noticiário.

Nesse sentido, Cajazeira (2011, p.93) destaca que a colaboração do telespectador “se manifesta, potencialmente, com forte teor de impacto e consequente aumento de audiência, visto que se abre ao público a possibilidade de coparticipar da notícia”, pois ele participa, colabora e auxilia na cobertura de fatos diariamente.

De acordo com o pesquisador, quando o telejornal convoca para colaborar, a audiência e a opinião pública estão em questão, mesmo que independentes, mas ligadas à visibilidade. Com isso, a audiência que antes era anônima, passa a ter identidade, quer se ver e ser vista. Segundo o autor, o perfil do público é variado na TV brasileira e com o advento da internet é possível ter acesso aos conteúdos a qualquer instante.

## **Caminho metodológico**

Além de ser uma forma de ampliar os estudos científicos sobre telejornalismo e audiência, o *corpus* desta pesquisa que circunda ao mesmo tempo as capitais mencionadas é inédito. Para reforçar a relevância da investigação, foi realizado um mapeamento dos registros que cercam o assunto. A coleta foi feita entre os dias 30 de outubro e 3 de novembro de 2020, na base de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e no repositório das Universidade Federais do Pará e Tocantins.

Com a intenção de enriquecer a busca, o levantamento foi dividido em dois grupos, no primeiro utilizou-se as palavras-chaves audiência e telejornalismo, de modo geral no Brasil, com mais de 860 trabalhos sob diferentes contextos na área da comunicação. No segundo momento foram investigados os nomes dos programas e estados, em que Belém, Pará e Jornal Liberal 1ª Edição, foram encontrados em 306 pesquisas em diversas

instituições de ensino do país, mas, sem ligação com a ideia indicada neste projeto. Com as palavras Tocantins, Palmas e JA 1ª Edição, foram encontradas 15 inserções, também sem resultados voltados para esta pesquisa.

Por meio dessa amostra observa-se uma insuficiência de aprofundamentos que relacionam audiência e telejornalismo nos dois estados, pois as produções concentram-se principalmente em artigos e trabalhos de conclusão de cursos de graduação, principalmente de outras regiões. Para nortear o caminho da pesquisa, aprofundar o tema e responder as questões que desencadeiam os rumos deste artigo foi realizado um levantamento bibliográfico com as principais conceituações teóricas que embasam o trabalho, como os estudos de Vizeu (2002), Mesquita (2014), Coutinho (2018) além dos demais pesquisadores que reforçam o olhar sobre a audiência.

Desta maneira, os resultados fazem parte de uma cobertura sobre os principais fenômenos acerca do tema, com dados que enriquecem o percurso da análise. Para Lakatos e Marconi (2003, p. 183), esse procedimento metodológico:

Abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, materiais cartográficos, etc. [...] e sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...].

A pesquisa bibliográfica fornece dados atuais e relevantes sobre o estudo em questão e auxilia na amplitude das informações. Lakatos e Marconi (2003) afirmam que esse método não significa uma simples repetição do que já foi dito ou escrito sobre algum assunto, mas favorece a análise que pode resultar em inovadoras conclusões.

Para o aprofundamento da observação foi realizada a Análise da Materialidade Audiovisual, metodologia desenvolvida no Núcleo de Jornalismo e Audiovisual, da Universidade Federal de Juiz de Fora (CNPq/UFJF), com o propósito de compreender as especificidades na investigação dos critérios

texto, som, imagem, tempo, edição, para transmitir a mensagem ao público e assim interpretar de maneira mais completa os conteúdos veiculados pelos telejornais em questão.

Acredita-se que as interpretações de edições de programas jornalísticos ou de parte deles, de uma cobertura particular ou de séries de produtos de jornalismo audiovisual, em uma eventual perspectiva comparativa, não devem realizar operações de decomposição/ leitura, que descaracterizariam a forma de enunciação/ produção de sentido do telejornalismo. (COUTINHO, 2016, p.10)

De acordo com a proposta, a análise da materialidade audiovisual tem as seguintes etapas: identificação do objeto audiovisual, emolduração e elaboração da ficha de análise; pré-teste do instrumento; pesquisa documental/definição e obtenção da amostra a ser investigada; construção de parâmetros de interpretação dos dados e, em casos eventuais, de um material de codificação. Segundo Coutinho (2016), a análise se assemelha a análise tem semelhanças de uma entrevista do objeto empírico, em que há diálogo com reflexões teórico-metodológicas para responder à questão principal da pesquisa.

Por se caracterizar como um método quali-quantitativo a análise da materialidade audiovisual pode incluir itens de avaliação previamente identificados pelo autor, com categorias definidas à priori, como aquelas relacionadas à temática; caracterização das fontes de informação (governo, oposição, iniciativa privada, especialista, cidadão); presença ou não de pontos de vista conflituais, de inserção de arte, entre outros. (COUTINHO, 2016, p. 11 e 12)

Para reforçar a presente análise, optou-se por seguir como referência o conceito de dramaturgia do telejornalismo, proposto por Coutinho (2012), na elaboração da ficha de análise. Isso visa fortalecer o olhar sobre as narrativas e uso de personagens que dão vozes e representam um determinado assunto, e assim, resulta numa identificação com o público. Com a intenção de analisar a visibilidade da audiência e sua presença nos telejornais

do Pará e Tocantins, foram criadas as categorias de classificação: entrevista ao vivo, participação em matérias produzidas pela emissora; personagens que enviaram foto ou vídeo; WhatsApp ou aplicativo próprio; quadros específicos e; “fala povo”. Foram utilizados ainda critérios de avaliação para a Construção da Narrativa Audiovisual, como a apresentação das matérias, dos personagens e sua inserção, além dos recursos audiovisuais na composição dos conteúdos.

Para análise do material, foi feito o recorte de uma semana para cada telejornal, veiculado nas capitais Belém (PA) e Palmas (TO), com os seis primeiros programas de 2021, disponíveis no Globo Play. A observação incluiu datas festivas e períodos fora de épocas comemorativas, para captar a realidade ao vivo, com e sem interferências e mediações, para entender como a audiência se comporta e se as datas influenciam nesse envolvimento, provocando desta forma a estabilidade ao objeto. Do Jornal Anhanguera 1ª edição, foram avaliados os dias 26, 27, 28, 29 de janeiro e 1º a 2 de fevereiro, com 94 vídeos, já o Jornal Liberal 1ª edição, incluindo as datas de 1º, 02, 04, 05, 06 e 7 de janeiro, com 91.

## **Audiência (in)visível no Tocantins e Pará**

Descortinar essa audiência nos possibilita entender qual o seu papel dentro do telejornal de cada estado e se há um padrão para envolvê-la, respaldado pelas características locais, que perpassam os âmbitos culturais, sociais, econômicos, editoriais, políticos ou empresariais. Tal observação pode manifestar uma nova configuração jornalística para os veículos de comunicação e estabelecer estratégias de fidelização desses processos na inserção dos cidadãos.

Contabilizando os dois jornais, foram investigados 185 vídeos nos dias citados anteriormente. Em ambos os programas, os materiais analisados utilizam-se de temas e canais específicos para se aproximar do telespectador e assim, fortalecer uma relação com ele, tornando-o parte da narrativa.

Cajazeira (2011) reforça que os caminhos já delimitados para que a audiência entre em contato, tem sido potencializado pelo fator internet. Aqui, podemos identificar os aplicativos próprios, de mensagens instantâneas (WhatsApp e Telegram) e as redes sociais.

No Tocantins, a TV Anhanguera pertence ao Grupo Jaime Câmara, de Goiás-GO. É afiliada à Rede Globo e se consolidou como um importante empresa de telecomunicação no estado. A TV possui ainda três exibidoras, sendo em Palmas, Gurupi e Araguaína, e o grupo tem empreendimentos na rádio, com a CBN Tocantins, os portais do Jornal do Tocantins e G1 Tocantins, além do impresso Jornal Daqui.

Na grade, a emissora possui quatro telejornais regionais, o Bom Dia Tocantins, transmitido de segunda a sexta; e o Jornal Anhanguera 1<sup>o</sup> Edição e o 2<sup>a</sup> Edição, de segunda a sábado, além do Jornal do Campo, transmitido aos domingos. O Jornal Anhanguera 1<sup>a</sup> Edição, um dos objetos de estudo deste artigo, transmite as principais notícias do Tocantins no horário do almoço, com a intenção de acompanhar a comunidade e proporcionar a participação do telespectador com pautas, cobranças e denúncias.

O telejornal faz as chamadas dentro da programação direto da redação para atrair a atenção do telespectador. O programa é apresentado por Thiago Rogeh, que transmitia um vídeo de um telespectador chamando intervalo, seja de qualquer cidade do Tocantins, com a frase: "o Jornal Anhanguera volta já". Durante a investigação não foi encontrado esse "convite" em nenhum programa, tendo sido banido.

Nos 6 dias avaliados, o telejornal sempre apresentava uma entrevista com link do repórter fora do estúdio, e no período avaliado foram entrevistados secretários municipais e estaduais, representantes de banco, médicos, economistas, advogados, delegados e psicólogos. O tempo durava entre 2 e 20 minutos. Os VT's que eram transmitidos tinham a participação do público, mas muitas pessoas eram utilizadas apenas para personificar uma narrativa,

que variava de denúncia, depoimentos, testemunhos ou ator principal da história.

Algumas matérias tinham a presença da audiência, que enviava fotos ou vídeos para compor a matéria jornalística e todos os dias alguém aparecia na telinha, mesmo não se atendo de forma crítica e criativa (BECKER, 2016). Mas, estavam em uma posição ativa, visto que essa mobilização centrava-se na ação da audiência em integrar, cooperar, colaborar e participar do conteúdo (VIZEU; ALVES, 2019).

Com o intuito de melhorar a relação com o público e se aproximar ainda mais, a emissora lançou o aplicativo QVT (Quero Ver na TV), em 2014. A ferramenta pode ser baixada na loja virtual de qualquer smartphone IOS ou Android e serve para as pessoas enviarem fotos, vídeos, comentários, mensagens, críticas e sugestões de pauta. Para complementar ainda mais, o aplicativo de mensagens WhatsApp também passou a fazer parte das estratégias de convidar o telespectador a ser mais ativo no programa. A audiência em busca de colaborar com a informação, assume o papel de coprodutora, tendo no celular, o seu próprio equipamento para registro de imagens e sons, conforme assinala Vizeu e Mesquita (2011).

Esse recurso é bastante perceptível durante as entrevistas com convidados especiais, que geralmente participam em mais blocos, respondendo aos questionamentos enviados pela audiência. Nos dias observados, 5 deles contaram com a participação de público pelos aplicativos, sendo acionado pelos caracteres exibidos durante a entrevista (conforme Imagem 1).



**Imagem 1:** Audiência é acionada a participar por meio de aplicativos



Fonte:Portal G1 Tocantins

O JA 1ª Edição também exibiu em dois dias o “fala povo”, onde ouviu nas ruas sobre o que as pessoas sabiam das fake news e a vacinação. Todos os dias o apresentador trouxe informações de outras cidades em formato de nota seca ao vivo ou link com repórter.

O Jornal Liberal 1ª Edição é transmitido pela TV Liberal, que faz parte do Grupo Liberal, anteriormente Sistema de Comunicação Rômulo Maiorana e Organizações Rômulo Maiorana. Hoje é o maior grupo de comunicação do estado do Pará, e o 9º maior do Brasil. O programa é apresentado pela âncora Priscilla Castro. Na grade, a emissora possui ainda os programas regionais, o Bom Dia Pará, Jornal Liberal 2ª Edição, É do Pará e o Liberal Comunidade.

O programa analisado tem o aplicativo “Você na TV Liberal”, uma oportunidade que a audiência envie fotos, vídeos, sugestões de pauta e opiniões por enquetes, além de mostrar o que acontece na região onde está, com denúncias, flagrantes, discussão de diversos assuntos que podem ser notícias no JL 1.

Ao acompanhar as edições mencionadas, percebeu-se que o telejornal não faz entrevistas com tanta frequência, sendo apenas registradas duas nos dias observados, sendo os convidados o prefeito de Belém e o governador do estado, e o tempo não ultrapassou 6 minutos em cada. Os personagens

## A (IN)VISIBILIDADE DA AUDIÊNCIA EM TELEJORNAIS LOCAIS: aspectos da região Norte

apareciam de forma mais programada durante a gravação das matérias nas ruas, pela equipe de reportagem. Só houve um registro de um vídeo enviado por um telespectador que fez parte do VT. O telejornal tem diversos espaços para colocar a audiência na programação.

A hashtag #VCnoJL1 é uma forma das pessoas escreverem mensagens nas redes sociais e também se verem no programa (Ver imagem a seguir). O registro foi observado em um dia dentro do programa observado

**Imagem 2:** Telespectador usa hashtag do JL



Fonte: Globo Play/Pará

O JL 1<sup>a</sup> tem ainda os quadros de JL1 Comunidade, em que apresenta as denúncias da população, como reclamações sobre saneamento básico, entulhos e lixos nas ruas, falta de infraestrutura, entre outras questões que envolvem principalmente o poder público, tornando um importante instrumento para dar voz a essa audiência. Ceretta e Massuchin (2018) observam que, ao terem o nome mencionado ao que está sendo veiculado, essa audiência é participativa. Podendo ocorrer em duas frentes: por serem personagens na programação ou por terem um material identificado no envio da produção.

Na semana, foram 4 dias em que o espaço serviu de exposição dos problemas da comunidade em busca de soluções. No quadro “Desaparecidos” também é bastante visível a presença dos telespectadores em busca de seus

William **MORAIS** • Cleide Luciane **ANTONIUTTI**

entes queridos que sumiram sem deixar rastro. O telejornal exibiu uma vez na semana as histórias, que podem auxiliar na busca e divulgação desses rostos que desapareceram sem uma resposta.

Foi identificado também o quadro Vistoria do Calendário JL, um momento para a equipe de reportagem acompanhar os prazos estipulados para os serviços cobrados e garantir que tudo está dentro do cronograma, reforçando seu papel como fiscalizadora das ações públicas em prol da população. O Fala Saúde é um espaço de perguntas e respostas em que um entrevistado fala sobre determinado tema, muitas vezes com participação do público pela hashtag #VCnoJL1 (Verificar imagem a seguir).

**Imagem 3:** Registro do Fala Saúde



Fonte: Globo Play/Pará

Ambos os quadros citados foram percebidos uma vez na semana dentro do Jornal Liberal 1ª Edição. Uma estratégia que parece colocar a audiência como parte integrante do processo de divulgação da notícia e da divulgação de tais informações.

## **Considerações finais**

Após observar os 184 vídeos dos telejornais JA e JL 1ª Edição, compreende-se que os conteúdos nos programas são compostos, principalmente, por fotos, vídeos e mensagens do dia a dia das pessoas. No

Tocantins, a presença da audiência é notada apenas nas matérias produzidas pela equipe e em poucos espaços de entrevistas durante o ao vivo no telejornal, em que o convidado ganha mais notoriedade. Não foram identificados espaços específicos para que essas audiências tenham mais visibilidade na programação. No JA, estão disponibilizados os aplicativos de mensagens e o de envio de material para a redação, que serve para convocar a audiência a participar e colaborar com a construção do telejornal.

No JL, a apresentadora mostra as fotos e vídeos que tinham a hashtag #VCnoJL1, e cumprimenta a audiência, criando assim uma relação de proximidade com o público que está se vendo na televisão. Os quadros demonstram também que o programa tem um maior espaço para dar voz à comunidade, com abordagens que reforçam a importância dessa participação. Há poucas e curtas entrevistas fora desse eixo e mais presença dos telespectadores durante toda sua exibição.

Dentro das duas hipóteses, entende-se que os telejornais acionam e convocam a audiência para ser coprodutora das notícias, no envio de fotos, vídeos e depoimentos, por meio dos canais das emissoras, como os aplicativos de mensagens, e por meio desses mesmos suportes, a própria audiência toma iniciativa e apresenta algo que a incomoda, faz denúncia, sugere pautas, busca solução de um problema, entre outras demandas. Essa breve investigação demonstra a necessidade de ampliar os estudos sobre o telejornalismo local, principalmente na região norte, em que as pesquisas ainda caminham a passos lentos. Com isso, entende-se que a audiência ainda não participa e possui a visibilidade como os telejornais afirmam, sendo alvo de novas pesquisas para compreender o fenômeno dentro das emissoras.

## Referências

ALVES, K. C; VIZEU, A. E. Fontes ativas no telejornal: colaboração das audiências ativas no Brasil e Espanha. *In: Anais do XXVIII Encontro Anual da Compós, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.*

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARROS, A.; DUARTE, J. **Métodos e técnicas em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

BAUER, M. W.; GASKEL, G. **Pesquisa Qualitativa Com Texto, Imagem e Som**. Editora Vozes: tradução de Pedrinho A. Guareschi. 2ª ed. Petrópolis, RJ, 2002.

BECKER, B. **Televisão e telejornalismo: Transições**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

CAJAZEIRA, P. E. S. L. **O jornalismo colaborativo no telejornal com as novas mídias digitais**. Tese de doutoramento. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2011.

CAJAZEIRA, P. E. S. L. **A participação no Jornalismo em TV: do analógico ao digital**. Telejornal e praça pública: 65 anos de telejornalismo, (pp. 181-206). Coleção Jornalismo Audiovisual. V.4. Florianópolis, Brasil: Insular, 2015.

CERETTA, K. A. A.; MASSUCHIN, M. G. Análise sobre a participação da audiência no JMTV 1ª edição. *In: Anais do XII Simpósio de Comunicação da Região Tocantina (XII SIMCOM)*. Imperatriz-MA, 2018.

CIRNE, L.; FERNANDES, M.; PÔRTO, E. Perspectivas da interatividade no telejornalismo da TV Digital Brasileira. *In: SQUIRRA, S.; FECHINE, Y. (Orgs). Televisão digital: desafios para a comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2009. p. 84-107.

CORREIA, J. C.; VIZEU, A. E. A. Construção do real no telejornalismo: do lugar de segurança ao lugar de referência. *In: VIZEU, A. E. A (Org.). A sociedade do telejornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2008.

COUTINHO, I. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012

COUTINHO, I. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**, 2016.

COUTINHO, I. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. *In: Emerim, C.; Coutinho, I.; Finger, C. (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Coleção Jornalismo Audiovisual. V7. Florianópolis: Insular, 2018.

EMERIM, C.; COUTINHO, I.; FINGER, C. **Epistemologias do telejornalismo brasileiro**. Florianópolis: Editora Insular, 2018.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de Conteúdo em Jornalismo. *In*: Lago C, Benetti M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes; 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. - São Paulo: Atlas 2003.

MARTINS, M. O. Proposta de inventário das máquinas de visibilidade: as modificações do telejornalismo pelo uso das câmeras ubíquas. *In*: CANAVILHAS, J.; RODRIGUES, C. (ORG.). LABCOM.IFP. **Comunicação, Filosofia e Humanidades**. Unidade de Investigação. Universidade da Beira Interior. 2017.

MESQUITA, G. B. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2014.

PEREIRA, L. C. A. Os avanços tecnológicos no telejornalismo brasileiro: de 1950 a Era digital. 2008. **BOCC**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-livia-avancostecnologicos>. Acesso em: 18 set. de 2020.

SILVA, E. M.; ROCHA, L. V. **Telejornalismo e Ciberespaço**: convergência de tecnologias e informação. 60 anos de Telejornalismo no Brasil: História, análise e crítica. Florianópolis: Insular, 2010. p. 197-214.

VIZEU, A. E. A. Telejornalismo, audiência e ética. **BOCC**. 2002. Disponível em: [http://www.bocc.ubi.pt/\\_esp/autor.php?codautor=718](http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=718). Acesso em: 23 set. 2020.

VIZEU, A. E. A.; MESQUITA, G. B. O cidadão como mediador público: um novo agente no jornalismo. **Revista Estudos em Comunicação**. n.9, maio. 2011. Portugal. p. 329-340.



# ENTRE LIKES, HASHTAGS E VIRALIZAÇÕES: como a audiência potente contribui para a construção da notícia no NE1, da TV Globo<sup>1</sup>

**AMONG LIKES, HASHTAGS AND VIRALIZATIONS: how the powerful audience contributes to the construction of the news on NE1 news**

Daniel LEAL<sup>2</sup>

Giovana MESQUITA<sup>3</sup>

Sarah RÊGO<sup>4</sup>

Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

## Resumo

O presente artigo tem como objetivo analisar o envolvimento da audiência potente (MESQUITA, 2014) no processo de construção da notícia, a partir de um estudo do NE1, programa jornalístico líder de audiência no seu horário, veiculado ao meio-dia pela Rede Globo Nordeste. Nosso corpus reúne 165 matérias exibidas no mês de junho de 2019. Realizamos uma análise de conteúdo qualitativa e quantitativa das reportagens, para identificar quais valores-notícias estão presentes nos conteúdos enviados pela audiência que são transformados em notícia no telejornal. O artigo parte do entendimento teórico de que a notícia contribui para a construção social da realidade cotidiana, sendo produzida institucionalmente e observa como se efetiva, contemporaneamente, esse envolvimento da audiência na construção da notícia facilitado pela convergência midiática.

## Palavras-chave

Audiência Potente; Jornalismo; Telejornalismo; Notícia; Noticiabilidade.

## Abstract

This article aims to analyze the involvement of the powerful audience (MESQUITA, 2014) in the process of building the news, based on a study by NE1, the leading journalistic program in its schedule, broadcast at noon by Rede Globo Nordeste. Our corpus gathers 165 articles shown in June 2019. We conducted a qualitative and quantitative content analysis of the reports, to identify which news values are present in the content sent by the audience that are transformed into news on the news. The article starts from the theoretical understanding that the news contributes to the social construction of everyday reality, being produced institutionally and observes how this involvement of the audience in the construction of the news is facilitated, at the same time, facilitated by media convergence.

## Keywords

Potent Audience; Journalism; Telejournalism; News; Noticiability.

RECEBIDO EM 19 DE MARÇO DE 2021  
ACEITO EM 18 DE JUNHO DE 2022

<sup>1</sup> Uma versão preliminar deste artigo foi publicada nos anais do evento SBPjor em 2019: Mesquita et al. 2019.

<sup>2</sup> Doutorando em Comunicação pela UFPE. Membro da Rede Nordestina de Estudos em Mídia e Esporte (ReNEme). Pesquisador das temáticas ligadas ao Futebol, Jornalismo, Audiência e Comunicação. Contato: [daniellead87@gmail.com](mailto:daniellead87@gmail.com).

<sup>3</sup> Professora permanente do PPGCOM da UFPE e adjunta do curso de Comunicação do CAA/UFPE. Membro dos Grupos de Pesquisa Jornalismo e Contemporaneidade (UFPE) e Jornalismo Audiovisual (UFSE). Contato: [giovana.mesquita@ufpe.br](mailto:giovana.mesquita@ufpe.br).

<sup>4</sup> Graduada em Jornalismo. Integrante do Grupo Dinâmicas do Jornalismo da UFPE. Contato: [sarahrebekarego1@gmail.com](mailto:sarahrebekarego1@gmail.com).

## Introdução

Um dos aspectos favoráveis a televisão no cenário propiciado pelo digital é a possibilidade de que o jornalista passe a lidar com informações que surgem, não somente de uma audiência presumida<sup>5</sup> (VIZEU, 2005), mas, mais do que isso, que tenha acesso em tempo real ao que pensa e o que quer a audiência, que se manifesta sobretudo nas redes sociais. Essa audiência, que Giovana Mesquita (2014) denomina como potente, passa a se envolver com os meios de comunicação de massa trazendo testemunhos ou atuando como coprodutores de conteúdos, reagindo ao noticiário ou denunciando situações insatisfatórias.

Com as redes sociais (Twitter, Facebook, Instagram e Tiktok) e, sobretudo com o WhatsApp (aplicativo de troca de mensagens mais popular do planeta com mais de 800 milhões de usuários), a audiência tem uma possibilidade de envolver-se com os jornalistas dos veículos de comunicação e manifestar seu interesse sobre assuntos que gostaria de ver enfocados na mídia, além de pressionar os veículos quando entende que houve omissão de determinado assunto ou até mesmo uma cobertura inapropriada. Nessa possibilidade de interatividade com os veículos de massa, essa audiência potente se manifesta de diferentes formas (MESQUITA, 2014).

Para se ter um panorama da relação da audiência com as redes sociais, de acordo com a Digital News Report 2022<sup>6</sup>, o relatório do Reuters Institute – Universidade de Oxford, quase dois terços dos brasileiros (64%) recebem e compartilham notícias via redes sociais toda semana. O Youtube (43%) e o Facebook (40%) são as principais redes sociais, enquanto foi

---

<sup>5</sup> Na conceituação de Audiência Presumida, Vizeu (2002) afirma que “os jornalistas constroem antecipadamente a audiência a partir da cultura profissional, da organização e do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras da redação), da língua e das regras dos campos das linguagens para, no trabalho de enunciação, produzirem discursos”.

<sup>6</sup> Disponível em: [Rhttps://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022). Acesso em: 03 jul. 2022.



apontado um aumento no uso do Instagram (35%), Twitter (13%) e TikTok (12%). O WhatsApp, por sua vez, foi citado por 41% como meio de interagir, discutir e compartilhar as notícias.

Saber como essas diferentes formas de manifestação da audiência pode modificar o processo de construção da notícia no NE1, telejornal líder de audiência no seu horário, veiculado ao meio-dia pela Rede Globo Nordeste, é o objetivo do artigo. Nosso corpus reúne 165 matérias veiculadas no mês de junho de 2019. Realizamos uma análise do conteúdo qualitativa e quantitativa das reportagens, para identificar quais valores-notícias estão presentes nos conteúdos enviados pela audiência que são transformados em notícia no telejornal.

O artigo parte do entendimento teórico de que a notícia é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente (ALSINA, 2009) e observará como se efetiva, contemporaneamente, esse envolvimento da audiência na construção da notícia facilitado pela convergência midiática.

## **Construção da Notícia**

Alsina (2009) define o jornalista como um produtor de realidade social. Ciente de que a concepção bate de frente com o tradicional conceito da objetividade jornalística, o autor espanhol complementa afirmando que “a objetividade continua sendo um dos mitos mais complexos a serem banidos” (ALSINA, 2009, p. 14).

Segundo Pena (2005, p. 128), a impossibilidade de haver uma linguagem neutra “já bastaria para refutar a teoria do espelho, pois não há como transmitir o significado direto (sem mediação) dos acontecimentos”. O autor complementa afirmando que as notícias ajudam a construir a própria realidade, o que inviabiliza a existência de um simples reflexo do real.

Longe do entendimento das notícias como “espelho da realidade”, preferimos caminhar numa perspectiva de que a notícia contribui para uma construção social da realidade. De acordo com Traquina (2005), compreender “como as notícias são” tem sido objeto de longa pesquisa e levado a diferentes teorias e definições. Nesta caminhada, a construção dos conceitos de noticiabilidade e de valor-notícia têm um papel fundamental no processo definidor de um acontecimento em notícia.

Noticiabilidade, de acordo com Traquina (2005, p. 63), é o “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia”. Para Traquina (2005, p. 95), além do “leque de valores-notícia ser vasto; e a paleta ter imensas cores”, há uma natureza dinâmica dos valores-notícia e sua possibilidade de alteração com o tempo.

Os valores-notícia não são imutáveis, com mudanças de uma época histórica para outra, com sensibilidades diversas de uma localidade para outra, com destaques diversos de uma empresa jornalística para outra, tendo em conta as políticas editoriais. As definições do que é notícia estão inseridas historicamente e a definição da noticiabilidade de um acontecimento ou de um assunto implica um esboço da compreensão contemporânea do significado dos acontecimentos como regras do comportamento humano e institucional (TRAQUINA, 2005, p.95).

Gislene Silva (2014), num estudo mais recente, fez uma atualização para operacionalizar eventos noticiáveis e propõe os seguintes valores-notícia, que serão utilizados na nossa análise do telejornal. São eles: impacto, proeminência, conflito, tragédia/drama, proximidade, raridade, surpresa, governo, polêmica, justiça, entretenimento/curiosidade e conhecimento/cultura.

Em entrevista a Paula Paes e Gabriela Almeida (2019), Gislene Silva reforça a importância dos valores-notícia e as suas perenes atualizações como norte para o jornalismo:

Tento mostrar que é possível estudar noticiabilidade por dois níveis, o interno e o externo. Quando afirmo

que valor-notícia funciona plenamente, estou falando sério. Funciona mesmo. Quanto mais valor-notícia, mais peso tem. (...) Quanto mais inovador, econômico, inédito etc. mais a notícia tem chance de sair na capa. Esse é o nível interno. Valor-notícia é algo que está no acontecimento, na força do que vem. (...) Por isso, há concordância com a teoria de que existem acontecimentos com maior ou menor peso de notícia. Quanto mais pesado noticiosamente for o acontecimento, mais chances ele tem de ir para a manchete, de sair em vários veículos e passar mais tempo circulando como notícia. O que estou querendo dizer é que o acontecimento traz nele o peso do valor-notícia. (...) Por isso a noticiabilidade precisa ser estudada na sua engrenagem, no modo como opera a produção e circulação de notícias e no que ela tira e no que ela devolve para a sociedade (PAES; ALMEIDA, 2019, p.131).

## Uma Breve Reflexão Sobre Noticiabilidade

Desde o século passado, uma infinidade de pesquisadores do campo da comunicação tem se debruçado a investigar os critérios que os jornalistas utilizam para selecionar e identificar se uma situação é, de fato, noticiável (GALTUNG; RUGE, 1965; WOLF, 2005; TRAQUINA, 2005; SILVA, 2014; SATUF, 2014; LEAL, 2020).

A primeira tentativa de identificar, de forma sistemática e exaustiva – conforme ressalta Traquina (2005) –, os valores-notícia que a comunidade interpretativa dos jornalistas utiliza no seu trabalho ou os fatores que influenciam o fluxo de notícias foi de Galtung e Ruge (1965). Em resposta à pergunta “como é que os acontecimentos se tornam notícia”, Galtung e Ruge enumeram doze<sup>7</sup> valores notícia.

---

<sup>7</sup> 1) Frequência, ou seja, duração do acontecimento; 2) a amplitude do evento; 3) a clareza ou a falta de ambiguidade; 4) a significância; 5) a consonância; 6) o inesperado; 7) a continuidade, isto é, a continuação de uma notícia que já ganhou notabilidade; 8) a composição, isto é, a necessidade de manter a diversidade de assuntos; 9) a referência a nações de elite; 10) a referência a pessoas de elite, isto é, proeminência; 11) a personalização, isto é, a referência às pessoas envolvidas; 12) a negatividade, segundo a máxima: “bad news is good news”. (GALTUNG, RUGE, 1965).

Mesmo passado mais de meio século desde essas primeiras concepções, elas seguem sendo utilizadas como balizadores para jornalistas.

No entanto, uma outra gama de valores-notícia foram surgindo naturalmente para contemplar outros elementos sociais. “Os critérios de relevância são flexíveis e variáveis em relação à mudança de alguns parâmetros, de outro, são sempre considerados com respeito ao modo de ação do organismo que produz a informação” (WOLF, 2005, p. 199-200).

O objetivo desta pesquisa não é fazer uma revisão histórica dos valores-notícia, mas compreender a evolução dos critérios que norteiam a seleção de eventos que podem virar notícia. Neste contexto, é interessante notar como Gislene Silva (2014) faz uma atualização com olhar complexo das já consagradas teorizações de Galtung e Ruge (1965), Nelson Traquina (2005) e Mauro Wolf (2005), dentre outros, sem perder de vista a gênese da noticiabilidade. De acordo com a autora, “estudar a seleção (das notícias), implica rastrear os julgamentos impróprios de cada seletor, as influências organizacionais, sociais e culturais que este sofre ao fazer escolhas (...) e até mesmo a participação das fontes e do público nessas decisões” (SILVA, 2014, p.56). Observe a inclusão que a pesquisadora faz do agente externo às redações, ou seja, da audiência, como fator fundamental para a noticiabilidade de um determinado fato. Para Silva (2014, p.52), é no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade. Nos elementos usados como valores-notícia, a autora enumera: julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favoráveis 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.

Em meio às novas práticas sociais, podemos apontar exemplos contemporâneos de valores-notícia que surgiram com o advento da internet – Ivan Satuf (2014), por exemplo, propõe a criação do valor notícia “hashtag”, enquanto Mesquita (2014), aponta os *Trend Topics*<sup>8</sup> do Twitter. Atualmente, noticiários são balizados pelo que é comentado na internet. Um acidente flagrado por um telespectador vira nota coberta<sup>9</sup> no noticiário; uma fotografia do leitor pode parar na capa do jornal; e os ouvintes de rádio podem indicar os acontecimentos do trânsito em tempo real a partir de diferentes partes da cidade. A audiência se envolve com o jornalista no processo da construção da notícia.

Não em vão, nas redes sociais, por exemplo, muitos jornalistas passaram a observar as redes sociais para se balizar nos assuntos mais recorrentes do dia – ou mesmo passaram a se valer de ferramentas como o WhatsApp para receber sugestões de pautas e outras contribuições, como nos aprofundaremos em seguida quando discutiremos o conceito de audiência potente.

## **Audiência Potente**

Com o advento das redes sociais e dos dispositivos móveis, o cidadão passou a ter a mais possibilidade de se aproximar do processo produtivo das redações, a contribuir e, conseqüentemente, exigir mais. É como se ele quisesse uma qualidade no mínimo igual a que se exige normalmente quando se adquire qualquer outro produto de mercado, mas ainda tendo em conta o singular poder de influência dos meios que vão entregar esse produto. Esse cidadão que se envolve ou é envolvido, contemporaneamente

---

<sup>8</sup> Traduzido como tópico em tendência, mas usado na versão em português como “Assuntos do Momento”.

<sup>9</sup> Nota cuja a cabeça é lida pelo apresentador e o texto seguinte é coberto com imagens.

pelos veículos de comunicação é o que Mesquita (2014) conceitua como audiência potente.

De acordo com a pesquisadora, quando nos referimos à audiência potente estamos falando de cidadãos e cidadãs que, de alguma forma, estabelecem uma relação ativa com os veículos de comunicação, envolvendo-se ou sendo envolvidos nos processos, práticas e nas rotinas jornalísticas (MESQUITA, 2014).

Até o início deste século, a relação entre jornalistas e audiência se perpetuava como vertical, com “jornalista e audiência em suas funções originais – o primeiro com absoluto controle sobre o que será ou não publicado, o segundo em uma postura meramente reativa ao trabalho do jornalista” (MADUREIRA, 2010, p. 42). As “redes sociais” possibilitaram uma mudança significativa nessa relação.

A audiência potente se utiliza justamente dessas redes sociais trazendo novos elementos para o jornalista na construção social da realidade (MESQUITA, 2014). A interatividade possibilitada pelas redes obriga o jornalista a se adaptar a novas rotinas produtivas, que tem incorporado cada vez mais essa audiência, como acontece, por exemplo, no NE1.

## Como o NE1 Envolve a Audiência

Fizemos uma análise de conteúdo de 165 matérias exibidas ao longo dos 25 programas que foram ao ar durante o mês de junho de 2019, no NE1. Desse total, 37 delas foram construídas com conteúdos enviados pela audiência e três retiradas das redes sociais, por serem, segundo o próprio telejornal, assuntos que “viralizaram”. Optamos pela análise de conteúdo (BARDIN, 2006; BAUER & GASKELL, 2002), que pode ser: qualitativa e quantitativa. A análise quantitativa observa a frequência com que determinados eventos acontecem no discurso, enquanto que a qualitativa

tem como característica a verificação de detalhes que não são apreendidos no quantitativo.

Por meio da Análise de Conteúdo pretendíamos identificar quais valores-notícias são mais presentes nos conteúdos enviados pela audiência potente (MESQUITA, 2014), que são transformados em notícia no NE1. Ao olhar para esse envolvimento, nossa análise considerou também as diferentes formas que a audiência potente é envolvida na construção da notícia. E ao fazer essa análise observamos também alguns pontos, que surgem nesse envolvimento, tais como: se o conteúdo da audiência incorporado no telejornal era vindo das redes sociais; se o telejornal incorporava uma linguagem textual e gráfica das redes sociais; se eventos de grande visibilidade midiática, a exemplo da Copa do Mundo de Futebol Feminino ou a Copa América Masculina, que ocorreram em junho, ocasionavam um maior envolvimento da audiência no telejornal.

Mesquita (2014) afirma que há uma nova relação entre o jornalismo e uma audiência, denominada potente, que possui: capacidade de propagação da informação, não necessariamente notícia; capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção; capacidade de transformação, na medida em que muda sua forma de ação e de comportamento ao longo do tempo, dependendo de condições culturais, econômicas, sociais, tecnológicas, dentre outras; e capacidade de amplificação, ao ressignificar o conteúdo, por meio de comentários, opiniões e novos olhares sobre o assunto, que é reverberado nas redes, oferecendo um extrato do que querem e do que pensam esses cidadãos e cidadãs que se envolvem com os meios de comunicação (MESQUITA, 2014)

A capacidade de ação, possibilitada pelo acesso aos meios de produção é a mais evidenciada da audiência no telejornal analisado. Graças a essa capacidade, a audiência potente foi envolvida no telejornal de duas formas.

A primeira delas e mais comum, é quando o telejornal utiliza um conteúdo que foi enviado de maneira espontânea pela audiência. Esta situação esteve presente em 37 das 165 matérias analisadas. Esse estímulo ao envio era tanto de assuntos diversos, quanto de um tema específico, como aconteceu quando o NE1 estimulou o envio de material produzido pela audiência, mobilizando-a para participar da campanha #NE1contraolixo, na qual a audiência foi convidada a enviar para o telejornal fotos e vídeos pelo WhatsApp, ou postar as imagens nas redes sociais com a hashtag criada pelo programa. A proposta era que os telespectadores enviassem exemplos de ações em suas comunidades que contribuíssem para diminuir a poluição ambiental. Essa campanha se intensificou em 5 de junho, Dia Mundial do Meio Ambiente, embora tenha ocorrido durante todo o mês. A partir da hashtag, o apresentador do telejornal convidava a audiência a enviar conteúdos que seriam mostrados no telejornal.

Segundo Cajazeira (2013), as campanhas são uma forma do jornal manter uma relação com a audiência:

(...) hoje, a produção de jornalismo das TVs continua cobrindo os principais assuntos, mas com a diferença de que a participação do telespectador, incentivada de várias maneiras pela própria emissora, colabora com a produção jornalística, por meio das Redes Sociais e outras plataformas digitais de interação na Internet. Tal situação se configura como um modo de compartilhar com o público a elaboração da agenda midiática, aumentar a audiência e reduzir os custos de produção. (CAJAZEIRA, 2013, p.67).

Um aspecto importante com relação a campanhas diz respeito a Copa do Mundo. Mesquita, Ceretta e Rêgo (2019) analisaram como a audiência era envolvida num grande evento midiático, a Copa do Mundo. Elas observaram que em 2018 no NE1, das 178 matérias exibidas, em 13 houve a convocação da audiência, em uma campanha intitulada #Ne1nacopa, que se iniciou no dia 16 de junho, véspera do primeiro jogo do Brasil, e se estendeu até o dia 30 do mesmo mês.



Daniel LEAL • Giovana MESQUITA • Sarah RÊGO

O telejornal incentivava os telespectadores a enviarem fotos pelo *Whatsapp*. Caso a audiência optasse por postar as fotografias em outras redes sociais, como *Facebook* e *Twitter*, era preciso utilizar as *hashtags* disponibilizadas pelo NE1 para que fosse possível o rastreamento do conteúdo” (MESQUITA; CERETTA; RÊGO, 2019, p. 7).

Um ano depois, no mesmo mês, foi realizada a Copa do Mundo de Futebol Feminino (LEAL, 2020) e o telejornal não promoveu campanhas referentes ao campeonato, tampouco envolveu a audiência nessa temática.

Além dos conteúdos enviados pela audiência e incorporados pelo telejornal em situações diversas, que vão desde a propositura de pauta até a incorporação de imagens que construirão a notícia, o telejornal também trouxe três assuntos que movimentaram a audiência nas redes sociais.

## Entre Likes, Hashtags e Viralizações

A democratização das ferramentas de produção resultou num grande número de conteúdos diariamente postados em redes sociais, por qualquer pessoa com acesso a um computador ou a um dispositivo móvel, conexão com a Internet para a publicização, e a habilidade para usar alguma das muitas redes sociais.

Atentos a essa movimentação da audiência, cada vez mais usuária das redes sociais, os veículos de comunicação de uma maneira geral, estão incorporando a “gramática” das redes ao noticiário diário. No caso do NE1, observamos o uso de símbolos que são característicos das redes sociais como as *hashtags*, utilizadas frequentemente nas campanhas promovidas pelo telejornal, além do *like* (curtir). O uso da *hashtag* no telejornal tem, pelo menos, dois propósitos: convocar a audiência para o envio de conteúdos, no caso do período analisado, quando foi lançada a campanha #NE1contraolixo. Também para promover a recirculação de conteúdo, que acontece nas redes sociais por meio de *retweets*, *hashtags*, comentários e menções.

O programa também incorporou em suas notícias conteúdos que se popularizaram nas redes sociais, por meio de viralização. Mesquita (2014) explica que “viralizar” é um termo conhecido da publicidade, e é utilizado para explicar a ação de transmitir um conteúdo, nos mais diversos formatos (vídeos, jogos, textos...), que faça referência direta ou indireta à marca patrocinadora, atingindo a maior audiência possível através de um grande número de canais. No entanto, a peça publicitária não basta só atingir, deve estimular a audiência a compartilhar espontaneamente o conteúdo, geralmente vídeo. A força de propagação é fundamental para que a ação seja exitosa. Quanto mais pessoas forem envolvidas num menor espaço de tempo, maior a “epidemia”, porque o que buscam as empresas promotoras dos “virais” é um maior engajamento com o tema.

No mês analisado, três assuntos saíram do espaço das redes sociais para veiculação no telejornal tendo como critério de escolha “viralização” nas redes sociais. Um exemplo desse conteúdo “viralizado” é a matéria de 4 de junho que envolve o cantor Thiago Victor de Melo Santos, conhecido como MC Japão, investigado por produzir uma música ofensiva para sua ex-namorada Vitoria Kelly Albuquerque. Na chamada da notícia, o apresentador do telejornal, Márcio Bonfim, deixa claro o critério de escolha para aquele acontecimento virar notícia: “polêmica que tomou conta das redes sociais aqui em Pernambuco”.

Três dias depois, no dia 7 de junho, outro assunto “viralizado” nas redes é incorporado ao telejornal. Um fato que nos despertou a atenção é que na própria chamada da apresentadora do telejornal é utilizado o termo “viralizar”, como pode ser visto no exemplo abaixo.

07/06/2019

Apresentadora NE1: “A polícia conseguiu localizar e prender essa pessoa, após um vídeo em que ele aparece se masturbando em frente a uma escola municipal *viralizar* nas redes sociais”.

Por fim, a circulação de um vídeo com imagens da agressão no trânsito, no dia 20 de junho, somou-se aos conteúdos que são buscados nas redes sociais e transformados em notícia.

## **Os valores-notícia dos conteúdos enviados pela audiência**

Segundo Vizeu (2014, p.72), “os valores-notícia contribuem para tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico. São contextualizados no processo produtivo onde adquirem seu significado, desempenham sua função e se revestem daquela aparência que os torna elementos dados como certo”. Resumindo: são o “senso comum das redações” (VIZEU, 2014, p.72).

No NE1, como em muitos programas jornalísticos veiculados em empresas privadas de comunicação, o envolvimento da audiência é limitado pela ação do jornalista, responsável por selecionar todo o material enviado. Siqueira (2013, p. 58) afirma que “os jornalistas precisam ter critérios para escolher o que será exibido ou não, tendo em vista a oferta crescente desse tipo de informação audiovisual. Do contrário, o telejornal será transformado em uma sucessão de flagrantes, sem qualquer contextualização”.

A partir de uma análise quantitativa e com base na catalogação feita por Silva (2014) foi possível analisar quais valores-notícia têm os conteúdos enviados pela audiência, que são incorporados pelo NE1.

Dos 12 valores-notícia catalogados por Silva (2014) e supracitados, identificamos sete deles nos conteúdos produzidos pela audiência e

incorporados no telejornal pernambucano. São eles: 1) Tragédia/drama, que é referente a catástrofe, acidente, risco de morte ou morte, violência, crime, suspense, emoção e interesse humano; 2) Impacto, que agrupa acontecimentos com um grande número de pessoas envolvidas, um grande número de pessoas afetadas ou um grande número de dinheiro; 3) Curiosidade, onde estão inseridos temas referentes a “aventura”, ao divertimento, ao esporte, à comemoração; 4) Conflito, que é relacionado a guerra, rivalidade, disputa, briga, greve e reivindicação; 5) proximidade geográfica e cultural; 6) Raridade, que envolve tudo que é incomum, original e inusitado; 7) Proeminência, que envolve notoriedade, celebridade, posição hierárquica, elite, sucesso e heroísmo. Sendo assim, analisamos nas 37 matérias construídas com conteúdos enviados pela audiência e nas três retiradas das redes sociais quais eram os valores notícias mais frequente.

**Tabela 1**

Valor-notícia	Quantitativo de conteúdos enviados pela Audiência potente	Percentual de conteúdos enviados pela Audiência potente (%)
Tragédia/drama	21	52,5
Impacto	9	22,5
Curiosidade	5	12,5
Conflito	3	7,5
Proximidade	2	5,0
Raridade	1	2,5
Proeminência	1	2,5

Fonte: Leal, Mesquita e Rêgo com base nas definições de Silva (2014)

No quadro acima é possível observar que o principal valor-notícia nos conteúdos enviados pela audiência é “tragédia/drama”. Vinte e uma matérias, ou seja, 52,5% do total de 40 foram utilizados materiais produzidos pela audiência são referentes a esse valor-notícia, isso ocorre porque em “tragédia/drama” são incluídas duas temáticas abordadas com

frequência no telejornal: violência/crime e acidentes em geral. Outro fator que pode justificar a frequência é que esse tipo de conteúdo necessita de imagens de apoio, que geralmente são gravadas pela audiência no momento em que está ocorrendo a ação, fazendo necessário o uso das imagens pelo flagrante (SIQUEIRA, 2013).

Um exemplo característico foi o ocorrido na matéria de 7 de junho, mostrando uma tentativa de assalto no supermercado Atacadão, na cidade de Caruaru (PE). A notícia foi construída com imagens captadas pela audiência, que estava presente no momento do incidente. A tentativa de assalto já tem, por si só, a potencialidade de se tornar uma notícia. Contudo, o assalto faz parte daqueles acontecimentos com imprevisibilidade de ser capturado pelas lentes de um jornalista, que esteja de prontidão no momento do acontecimento. Neste caso, o uso do conteúdo da audiência é uma forma de contribuir tecnicamente com a construção de uma notícia, com a incorporação do registro do flagrante. Siqueira (2013) observa que essa participação beneficia os telejornais, já que os repórteres não têm condições de estarem presentes em todos os acontecimentos, fazendo-se necessário a utilização desse tipo de material amador.

O segundo valor-notícia mais utilizado, com 22,5% de frequência no telejornal, representando nove matérias, é "impacto", incluindo situações que envolvem grandes quantias de dinheiro, ou alto número de pessoas envolvidas ou de pessoas afetadas pelo fato (SILVA, 2014), a exemplo de uma matéria veiculada na edição do dia 14 de junho sobre um grande engarrafamento no Recife. As imagens foram enviadas pelo celular de um telespectador.

O terceiro valor-notícia mais utilizado, com 12,5% de frequência no telejornal, totalizando cinco matérias é "curiosidade", onde estão inseridos temas referentes a "aventura", ao divertimento, ao esporte, à

comemoração. Uma das matérias que corresponde a esse valor-notícia é de um ciclista pegando carona na traseira de um caminhão.

Também foi observado o valor-notícia “conflito” presente em 7,5%, ou seja, em três das notícias com envolvimento da audiência. Segundo Silva (2014), esse tipo de notícia envolve guerra, rivalidade, disputa, briga, greve e reivindicação. Como exemplo, tivemos a matéria sobre meninas de 11 e 13 anos que reclamavam a ação de autoridades para resolver alagamento na cidade. Por fim, também foram identificados os valores-notícia “proeminência” (2,5%), que são notícias que envolvem celebridades e no telejornal surgiu de um assunto “viralizado” nas redes sociais sobre o cantor MC Japão. O valor-notícia “raridade” esteve presente em uma notícia (2,5%) sobre o aparecimento de um jacaré numa praia de Paulista.

Quanto ao valor proximidade há duas situações. Em duas matérias analisadas (Moradores mostram ladeira sem calçamento na UR-11; Rua sem calçamento no Iburá), ou seja, 5% do total encontramos somente o valor-notícia “proximidade”. Nas demais, além do valor-notícia “proximidade” havia sempre mais outro valor, seja ele tragédia, curiosidade, raridade. Fontcuberta (1993, p.12) afirma que “a proximidade é um dos fatores mais poderosos na hora de eleger uma notícia”. Quando se trata de proximidade é mais comum pensar a região alcançada pelo telejornal, ou seu território de atuação. Mas quando fala de proximidade, Fontcuberta (1993, p.45) ressalta que ela não deve ser entendida apenas como geográfica, ou seja, aquela proximidade espacial, que está inserida de modo direto na convivência cotidiana das pessoas. Ele observa que a proximidade é também social e inclusive psicológica.

## Considerações finais

Longe de se pensar uma consideração final para esse trabalho, nos propomos a deixar algumas reflexões que entendemos importantes e que

vêm sendo apontadas não só nesse trabalho, mas ao longo da pesquisa em desenvolvimento “Já não se faz notícias como antigamente”, cujo artigo é um fragmento.

A primeira delas é que não há como se desconsiderar o envolvimento da audiência na construção da notícia. Neste trabalho, onde foi analisado o mês de junho de 2019, observamos que na produção do telejornal líder de audiência no horário do almoço, os conteúdos produzidos com a colaboração da audiência representaram quase 25% de todo o programa jornalístico. Um número bastante expressivo.

Outro aspecto que vem sendo recorrente na pesquisa e que se evidencia nesse trabalho é o limite temático possibilitado a audiência para que o conteúdo seja incorporado ao telejornal. Acontecimentos de grande imprevisibilidade (flagrantes de assalto, acidentes, desastres naturais) são ainda os que predominam quando analisamos os valores-notícia empregados pelo telejornal objeto de nossa pesquisa para a incorporação de conteúdos vindos da audiência.

Neste trabalho, o principal valor-notícia nos conteúdos enviados pela audiência é a tragédia/drama. Dessa maneira, percebemos que 52,5% das matérias, ou seja, 21 do total de 40 em que foram utilizados materiais produzidos pela audiência são referentes a “tragédia/drama”, isso ocorre porque esse valor-notícia inclui duas temáticas abordadas com frequência no telejornal, que são violência/crime e acidentes.

Concordamos com Musse e Tomé (2015, p. 8), “que os telejornais regionais estimulam a participação da audiência não apenas como personagens ou como pauteiros, mas desta vez como produtores de conteúdo, ou como cinegrafistas de um cotidiano caótico”. Mas ao perceber essa ênfase no registro de um cotidiano caótico não podemos deixar de considerar alguns questionamentos que pretendemos responder com a entrada nas redações. A ausência de temas políticos, econômicos, culturais

se dá porque a audiência “não tem interesse” de registrar esses acontecimentos e enviá-los para os telejornais ou o telejornal não abre espaço para veiculação desse tipo de conteúdo?

Essa audiência que o telejornal quer envolver está nas redes sociais e, cada vez mais, os telejornais fazem o uso da “gramática” utilizada nesses espaços conversacionais, ao incorporar, por exemplo, likes e hashtags às notícias televisivas. Como já observava Mesquita (2014), a produção das notícias – que envolvia uma série de paradigmas e práticas profissionais dadas como naturais, somadas à cultura profissional e às restrições ligadas às organizações do trabalho – é acrescida dos olhares de uma audiência potente. Um novo agente que se incorpora ao campo jornalístico, contribuindo para que as notícias não sejam mais construídas somente a partir da imagem que os jornalistas têm da audiência (MESQUITA, 2014).

Tendo acesso em tempo real a manifestação da audiência potente nas redes sociais, o jornalista e as empresas de comunicação vêm balizando as decisões do que é ou não notícia a partir de valores como, por exemplo, a viralização de conteúdos. Entendemos esse fenômeno contemporâneo, sim, como um propulsor para noticiabilidade de determinados eventos (a exemplo do que apresentamos ao longo deste trabalho), e, portanto, como um valor-notícia fruto do advento das redes sociais e da audiência potente.

A incorporação desse valor-notícia leva a alguns reposicionamentos do jornalista no processo de construção da notícia. Se o alto número de curtidas e compartilhamentos de um conteúdo na rede social indica um grande engajamento da audiência, ele não pode simplesmente ser replicado pelo telejornal, como se a “chancela” da audiência fosse balizador de que aquele conteúdo estaria dentro dos requisitos exigidos pelo campo jornalístico.

Ou seja, a pressa, o encolhimento das redações e a precarização do trabalho jornalístico não podem ser justificativas para o aproveitamento de



um conteúdo, que embora tenha muito engajamento numa rede social foi disponibilizado sem o compromisso com alguns elementos básicos do jornalismo, como, por exemplo, o princípio do contraditório; a aproximação, por meio do método, da verdade dos fatos; a disciplina de verificação dos fatos; a independência, ou seja, não se pauta por um conjunto de práticas fundamentais para fomentar a credibilidade da informação. Porque simplesmente não cabe a audiência essa preocupação, mas ao jornalista, sim. Como reitera Mesquita (2014, p. 172), “mesmo com a pressão do tempo, a instantaneidade da informação e o excesso informativo, os jornalistas não podem deixar de lado a crítica das fontes e a confirmação dos fatos, ou seja, não podem e também não devem abandonar seu papel de investigadores”.

Este trabalho é um recorte de uma pesquisa intitulada “Já não se faz notícias como antigamente”, que está em andamento no grupo de estudo Jornalismo e Contemporaneidade e, portanto, há ainda muitas questões a serem analisadas sobre essa relação entre jornalista e uma audiência com muitas potencialidades de contribuir para a construção da notícia.

## Referências

ALSINA, M. **A construção da Notícia**. Petrópolis. Vozes: 2009.

BERGER, P, LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade**: tratado de Sociologia do Conhecimento. Petrópolis: Vozes: 1995.

CAJAZEIRA, P. **O agendamento e a participação do público nos telejornais**: das cartas ao fale conosco. Paraná: Revista Publicatio, Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2013.

FINGER, C. **Crossmedia e Transmedia**: desafios do telejornalismo na era da convergência digital. Em *Questão*, Porto Alegre, vol. 18, 2012. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465645975009>. Acesso em: 08 jun. 2019.

FONTCUBERTA, **Mar de La noticia**. Barcelona: Paidós. 1993.

GALTUNG, J.; RUGE, M. H. **The Structure of Foreign News – The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers.** *Journal of International Peace Research*, n.1, 1965.

LEAL, Daniel. **Noticiabilidade na Placar: a mutação dos valores-notícia em três décadas de cobertura do futebol de mulheres** (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil, 2020.

MADUREIRA, F. **Cidadão-fonte ou cidadão-repórter?** O engajamento do público no jornalismo dos grandes portais brasileiros. Dissertação de mestrado. São Paulo: USP, 2010.

MESQUITA, Giovana. **Interfiro, logo existo:** a audiência potente e as novas relações no jornalismo. Tese Doutorado – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

MESQUITA, G; CERETTA, K, RÊGO, S. **Telejornalismo “participativo” e a relação com a audiência:** análise do JMTV (MA) E DO NETV (PE). In: XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2019, São Luís. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nordeste2019/resumos/R67-0971-1.pdf>. Acesso em: 03 jul. 2022.

MESQUITA, G.; LEAL, D.; RÊGO, S. Entre likes, hashtags e viralizações: como a audiência potente contribui para a construção da notícia no NETV. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Universidade Federal de Goiás (UFG) – Goiânia (GO) – Novembro de 2019. **Anais...** Disponível em: <https://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/schedConf/presentations>. Acesso em 11 de julho de 2022.

MUSSE, C., TOMÉ, C. Um milhão de amigos no “RJTV”: o telespectador como produtor de conteúdo pelos aplicativos WhatsApp e Viber. **Revista Sessões do Imaginário**, v. 20, n.33, 2015, p. 01-09.

PAES, P. de S.; ALMEIDA, G. C. C. de. INTERDISCIPLINARIDADE COMO CAMINHO PARA A ABERTURA TEÓRICA DO JORNALISMO. Entrevista com Gislene Silva. **Revista Âncora**, v.6, n. 1, 2019, p. 117-132.

PENA, F. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

SATUF, Ivan. A rua manda notícias: dispositivos móveis e manifestações sociais na atualização dos critérios de noticiabilidade. In.: **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p.317-329, maio 2014.

SCOLARI, C. A. **Hipermediaciones:** elementos para uma Teoria de la Comunicación Digital Interativa. Barcelona: Gedisa, 2008.

SILVA, G. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>. Acesso em: 03 jul. 2022.

SIQUEIRA, F. **O efeito de participação do real representado e o surgimento de um novo valor-notícia:** o flagrante único de coprodução no telejornalismo. Dissertação em comunicação – UFPE. Recife, 2013.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**, Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia:** os bastidores do telejornalismo 5ed.-Cout. Porto Alegre: Edipucrs, 2014.

VIZEU, A. (Org). **A construção do real no telejornalismo:** do lugar de segurança ao lugar de referência. In: A Sociedade do Telejornalismo. Petrópolis: Vozes, 2008.

VIZEU, A **O lado oculto do telejornalismo.** Florianópolis: Calandra, 2005.

VIZEU, A As cidades do telejornalismo: algumas considerações. **Revista e-compos**, 2007. Disponível em: <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/201>. Acesso em: 03 jul. 2022.

VIZEU, A; MESQUITA, G. **A audiência potente e as novas relações no jornalismo.** Estudos em Jornalismo e Mídia. Florianópolis, v. 11, n. 2, p. 596-607, 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2014v11n2p596>. Acesso em: 03 jul. 2022.

WOLF, M. **Teorias da comunicação.** 8.ed. Lisboa: Editorial Presença, 2003.



# O JORNAL DA CULTURA NO CONTEXTO DA PÓS-DIGITALIZAÇÃO EM TEMPO DE PANDEMIA

## THE JORNAL DA CULTURA IN THE CONTEXT OF POST-DIGITIZATION IN A TIME OF PANDEMIC

### ENTREVISTA | INTERVIEW

Marcelo TAS | TV Cultura | Brasil

**E**ntrevista concedida à **Revista Latino-americana de Jornalismo Âncora** por Marcelo TAS, realizada pela professora Valquíria Kneipp (UFRN). Marcelo Tristão Athayde de Souza é seu nome de batismo, mais conhecido publicamente pelo primeiro nome e seu acrônimo, Marcelo Tas, é um apresentador, ator, roteirista, diretor e escritor brasileiro. A Entrevista foi realizada no dia 06 de agosto de 2020, com o comentarista e apresentador da TV Cultura de São Paulo, Marcelo Tas, como parte das atividades de pós-doutoramento da autora, realizado na Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", sobre "As mudanças na televisão



**Foto:** Marcelo TAS

professor Tibúrcio do programa infantil Rá-Tim-Bum, e nos anos 2000.

aberta na era digital e as novas configurações do modo de produção e exibição no telejornalismo brasileiro (transmídia, crossmedia e TV Social)". O entrevistado fez carreira como apresentador, repórter, diretor e roteiristas, tendo trabalhado em diversas emissoras brasileiras, tanto no jornalismo, como na ficção. Se destacou nos anos 80 como o repórter Ernesto Varela, nos anos 90 como o

**Palavras-chave** | TV Cultura; Marcelo Tas; Telejornalismo; Comentário; Televisão.

**Keywords** | Television Culture; Marcelo Tas; Television journalism; Comment; TV.

ENTREVISTA REALIZADA EM 15 DE ABRIL DE 2019  
APROVADA EM 07 DE JUNHO DE 2022



**Como que é a sua participação como comentarista? Quais são as áreas as especialidades que você comenta? Tem algumas áreas específicas que você se identifica mais?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Como os outros comentaristas cada um tem a sua área específica, e como acontece no formato jornal nós acabamos também enfim analisando os fatos do dia sob a ótica, tanto de cidadãos quanto, enfim nós apresentamos o público que está em casa, e claro nas nossas áreas sendo mais profundos, digamos assim, podendo ir mais longe nas nossas análises. A minha área é comunicação, com foco especial na transformação digital que é o assunto que eu venho me dedicando nos últimos 20 anos. E aí todas as notícias e são atualmente muito frequentes relacionadas a dificuldade que nós temos hoje é de lidar com essa transformação na educação, na indústria, nos negócios, no relacionamento. Eu acabo nesse dia que eu vou, por exemplo, eles fazem questão de ter matérias que toca nesse assunto para que eu possa dar minha colaboração.



**Você tem acesso ao espelho antes né para saber o que tem lá você se prepara de alguma maneira ou procura se inteirar dos assuntos que vão ser discutidos naquela edição?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Com certeza, eu me preparo e às vezes esse preparo começo até muito antes do dia. Os editores do Jornal da Cultura sabendo que eu vou estar lá, sei lá amanhã na sexta-feira, eles falam “olha nós vamos dar uma matéria sobre Facebook analisando fake News”. Então às vezes eu me preparo com 1 ou 2 dias de antecedência até, sabendo que vai ter esse tipo de matéria. E é claro no dia tem uma consolidação de todas as pautas. E aí obviamente é imprevisível são os fatos que aconteceram naquele dia e às vezes os fatos que estão em andamento.



**Você falou uma coisa interessante que está na pauta do dia que são as fake News e o que você considera nesse cenário atual digital. O jornalismo paga pelas fake News e a mídia tradicional também porque as fake News estão na sua grande maioria nas redes sociais digitais?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Você está sendo muito boazinha com o jornalismo. Eu creio que cada um tem a sua parcela de colaboração para a contaminação da qualidade notícia, e inclusive os jornalistas e os veículos. Você tem razão num ponto, que não é exatamente a rede social isso para mim é outro erro, que nós temos de atribuir as redes sociais poderes paranormais.



**Mas hoje todo mundo pode ser mídia?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Mas isso não é a rede social.



**Mas ela proporcionou essa potencialização das fake News?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Então, mas é isso que é bom a gente analisar com calma. As fake News são tão antigas quanto a humanidade. Já existia fake News no império romano. Marco Aurélio usou de fake News para assumir o poder. Então é bom a gente para com isso, dessa tese de que fake News tem a ver com rede social. Quer dizer, na época também tinha rede social, mas já atribuir as redes sociais digitais esses poderes paranormais. Eu vou te contar um segredo quem espalha fake News são seres humanos, não são as redes sociais são seres humanos. Sobre isso existe muitos dados estão disponíveis. O maior propagador de fake News é o WhatsApp da família, porque é um ambiente confiável, onde você está conversando com a sua tia, com seu pai, com seus filhos, com seus sobrinhos e tal, e ali alguém joga um link e contaminado, com notícia manipulada. E você confia e joga para o seu outro grupo da escola, dos amigos do futebol. É assim que a seguir se espalha, não é uma coisa tão difícil de entender, e não é uma coisa que não seja humana, e é aí que vem muito o meu estudo e a minha prática de observar o comportamento.

Nós temos uma tendência de espalhar más notícias. Isso também não é novidade. Nós gostamos de dar uma notícia em primeira mão para o nosso amigo. Isso não é coisa só de Jornalista. Jornalista também tem essa tara, digamos assim é de dar primeiro. E isso contamina, isso é turbinado, pela velocidade da tecnologia digital, que nós ainda não sabemos usar, o que é natural, porque faz muito pouco tempo. O ponto de mudança do que nós

vivemos hoje é 2007/2008 faz 12 anos só que é o smartphone. Esse daí é a grande mudança que nós vivemos, recente, e faz tão pouco tempo, que nós ainda não nos acostumamos, a gente não sabe usar o smartphone então nós usamos o smartphone comendo, fazendo ginástica, quando nós conversamos com a pessoa que a gente gosta, a gente às vezes tá usando o smartphone. Ou seja, a gente não sabe usar. E muitas vezes nós usamos de uma forma irresponsável, espalhando esses links de baixa qualidade sem conferir. Então um evento que acontece com muita frequência comigo, eu não sei se acontece com você? Eu recebo uma fake news assim absolutamente óbvia num grupo. Um dia desse foi no meu grupo de escola, de gente muito preparada. Eu falo escuta fulano “Você tem certeza disso daqui que você está espalhando”, e ele falou não tenho, por isso que eu botei no grupo, para ver se vocês me confirmam. Aí você pega a assincronicidade, que é outro dado importante dessa comunicação. O período que aquilo ficou no grupo, outras pessoas pegaram aquele link e passaram para outros grupos. Então, essa é a comunicação exponencial, é um tipo de contaminação mais ainda dinâmica, que a do próprio vírus do COVID, quer dizer uma contaminação explosiva. E aí como deter essa fake news? Essa é uma pergunta bem importante. Porque tem gente que acha que vai deter fazendo leis, tem gente que acha que vai deter censurando, multando, enfim. A mais eficiente medida, contra a fake news é a nossa própria educação.



### Então vai ser difícil?

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Então, vai ser difícil e talvez seja uma combinação disso tudo, quer dizer, vai precisar de lei, vai precisar de punição, vai precisar de remoção de post, para que esse debate vá para mídia, que o que a gente faz um jornal. Que esse debate vá para mais gente, e que nós tenhamos consciência de algo muito importante, que cada um de nós está usando ferramentas muito poderosas. É como se do dia para noite, nós que pegávamos um transporte público, uma bicicleta ou um automóvel, para ir daqui até a universidade hoje, a gente pegasse um foguete, a gente pega um foguete para ir de um bairro para outro, só que esse foguete sai estragando e contaminando, e às vezes te jogando para outros planetas, porque é uma ferramenta muito poderosa, que nós não sabemos usar ainda. Os estragos as vezes são grandes.



## **Jornal da Cultura é o único telejornal brasileiro que faz essa coisa de ter o comentarista. Na sua opinião, qual que é a contribuição do comentarista para o telespectador?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

O telespectador quando ele se senta para ver um telejornal hoje, ele já sabe de todas as notícias que vão estar no jornal. Então, o papel do telejornal hoje, para mim, ele deveria ser cada vez mais do que faz o Jornal da Cultura, que é contextualizar, esse é o papel do comentarista – contextualizar aquela notícia. Se o telespectador ainda não conhece, a notícia vai ser narrada com uma reportagem, e depois contextualizada pelos comentaristas, de uma forma aberta, no mais coloquial possível, apesar de termos lá muitos especialistas nas suas matérias. Agora na COVID, por exemplo, todo dia tem uma pessoa da área médica. Por mais que tenha gente que conhece bem do assunto, procuramos traduzir aquilo numa linguagem acessível ao telespectador comum de telejornal. Então o papel é esse – dar contexto, que é algo crucial hoje na era acelerada que a gente vive.

**ÂNCORA**

**Na página do Jornal da Cultura tem uma descrição dele enquadrando nos gêneros Jornalismo e debate. E na hora de comentar a participação do telespectador através das redes sociais digitais, como é a participação do comentarista?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Exatamente. A participação é o que eu mais gosto, mesmo quando eu levo bordoadas, porque a comunicação atual deve ser um diálogo, e a comunicação antiga da TV era monólogo. E é bom reconhecermos isso, que a televisão sempre foi um veículo que não ouvia o seu público. Ela só falava, ao contrário do rádio, por exemplo, que sempre inclui o ouvinte ou até de jornais que tem uma seção de cartas. A televisão já nasceu surda, então ou ela acorda agora para essa realidade do diálogo, ou ela vai ela vai desaparecer como de fato está diminuindo bastante, a relevância da televisão para as novas gerações, porque ela não pratica o que é crucial na era digital que é o diálogo. Então a hora do Twitter é uma das que eu mais gosto de um jornal.

**ÂNCORA**



**Nos anos de 1960 McLuhan falou meios quentes e frios, e ele colocava a televisão como meio frio, porque ela dá tudo pronto, não te deixa pensar. Você acha que hoje em dia pode-se dizer que ela está esquentando? E que maneira é possível pensar os vínculos entre as culturas de ouvir e os modos de produzir rádio ontem e hoje?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Seria muito otimismo. Eu acho que ela está saindo do freezer ainda sabe. Ela está ainda nem morna ela está. Eu acho que a televisão adormeceu, nesse mundo gelado, que o Mc Luhan apontou com muita propriedade, dizendo até que o meio é a mensagem. E agora que ela começa acordar. Veja por exemplo a diferença do rádio na era digital, como ele foi rápido na sua adaptação, para essa era, porque ele já tinha uma natureza líquida, ele já incluía a participação do ouvinte, a forma de conversar já era uma forma quente, se a gente fizer usar essa terminologia aí do McLuhan, e por isso surgem os filhos híbridos com mais agilidade, os podcasts. O rádio inclusive agora vai para para a imagem também, ele é transmitido é no YouTube e tal. É linda essa capacidade de adaptação e flexibilidade, por exemplo, do rádio a televisão ela sofre mais, porque ela resiste ela tem uma natureza proprietária, uma natureza autoritária, ela tem uma coisa chamada grade de programação, que teoricamente te obriga ficar esperando até uma determinada hora, para saber as notícias. Só que você já sabe as notícias, antes de começar o telejornal, e a televisão abre o telejornal fingindo que você ainda não sabe. Então hoje você vai ver “blá blá blá”, você já sabe de tudo aquilo. É claro que agora ela acordou muito tarde.

**ÂNCORA**

**E você que a pandemia foi um tombo, porque de um dia para o outro, se eu pegar, por exemplo, a Globo saiu tudo do ar e ampliou os espaços para o jornalismo?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Eu acho que a pandemia tem esse aspecto positivo, inclusive de aceleração de mudança, mudança que muitas vezes estava em fase de planejamento, com medo. Quando se fala de mudança é bom falar de medo também, muito medo de mudar. Não calma vamos planejar. Aí vem a pandemia e acabou seu planejamento, meu filho. Bota o bloco na rua. Isso não foi só a televisão, foram as empresas, os negócios, as escolas. Nos obrigou a encarar um fato que aconteceu na verdade, se a gente quiser olhar para o

arco do tempo, há 50 anos. A internet tem 50 anos e a www - a internet gráfica, como a gente conhece hoje tem 30 anos, 31 anos é de 89, ou seja, tivemos muitas chances de entender que essa mudança era significativa, era basal iria mudar tudo. Aí tivemos depois, ainda, na virada do milênio uma coisa muito significativa, que são os negócios indo para rede. Eu estou falando da Amazon, do Google. Aí vem rede social 2004, o Facebook, o Twitter 2006/2007, e aí aquele ponto que eu te falo que para mim é o ponto de aceleração, que é o smartphone em 2007/2008. E que curiosamente é quando eu estava iniciando um projeto na TV, o CQC, que já nasceu com essa consciência da revolução digital, a gente usava muito Twitter. Foi então que, eu que já vinha desde o Vitruvius, na verdade que é o programa que eu fazia na TV Cultura na virada do milênio de 99 para 2000, que falava exatamente dessa transformação. Era um programa que falava de comunicação, e da mudança digital, isso em 99. Foi quando eu comecei a dar palestras, a estudar e atualmente estruturei cursos, e comecei a me envolver com o mundo acadêmico mesmo. Estou no Ibmecc, no conselho de professores, na PUC do Rio Grande do Sul, tem uma pós graduação lá que eu participo. Tem um curso mais aberto, para público geral, numa plataforma da Espanha chamada Domestika, está com cinco mil alunos, atualmente, de 32 países é bem legal. É um curso, esse sim, é específico sobre essa mudança e nós botamos no ar agora, em março. Antes da pandemia nós fomos pegos de surpresa, mas o curso ganhou uma aderência muito grande, até por conta disso. Enfim, tudo isso para te falar assim, que essa mudança é algo que já vem se anunciando, e interferindo na nossa vida há muito tempo, e agora a situação se impôs, a situação sanitária, e agora você vai ficar dentro de casa, e é por isso inclusive, que nós estamos aqui conversando. Talvez a gente nem estaria conversando se não fosse essa pandemia Porque você ia tá lá na universidade, eu ia estar lá correndo com a minha vida, e esse meio que a gente está usando, que nem existia, inclusive, é bom dizer que o Google Meet é uma coisa que surgiu na pandemia. Assim como Zoom, que cresceu absurdamente na pandemia. Então, você vê que toda inovação, e aí é importante entender o que que é inovação? É quando você consegue criar um produto, que atende uma necessidade da sociedade, que é uma coisa diferente de invenção, você inventa uma coisa, mas pode ser que o pessoal não vai ainda usar aquilo. O da Vinci inventou um helicóptero lá no século XV, XVI, mais não tinha público ainda para aquele helicóptero, não tinha meios para construção daquilo. O que nós estamos vendo hoje são inovações que atingem muita gente, numa escala que nós nunca imaginávamos, como é o caso do Zoom, que era um aplicativo pequeno, relativamente pequeno antes da academia, e hoje vale mais do que todas as companhias aéreas norte-americanas. Um aplicativo.

**ÂNCORA**

## Você não acha que a internet no Brasil pode ser um problema para todas essas possibilidades? Devido ao acesso e a nossa estrutura de internet, e as desigualdades?

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Esse aspecto da pandemia é bastante relevante. Ela revela as fragilidades, e as desigualdades. Então é mais uma vez uma coisa assim, que a tecnologia apenas revelou. Não é que a tecnologia aprofunda as desigualdades. É aí que nós temos que tomar muito cuidado, para não demonizar justamente o que pode ser uma saída. Eu acredito que a tecnologia pode ter uma saída para essa adaptação. Nós todos agora vamos viver uma fase de profunda adaptação. Não adianta lutar contra ir contra uma transformação, que já se estabeleceu. Hoje você ir contra a transformação digital é a mesma coisa de você encontra a lei da gravidade. Tanto faz se você é contra ou a favor, porque a lei da gravidade é um dado científico, e a internet a transformação digital também é, aliás é um dado científico, é um avanço da ciência. Feito por cientistas, feito pela sociedade civil, feito pela academia, inclusive. A internet é um produto da academia, e aí o que nós temos hoje que entender é que o buraco é mais embaixo, quer dizer não dá para viver num país, não é que não tem internet para todos, não tem saneamento para mais da metade da população. Então nós temos que cuidar disso. porque não adianta falar que esse aluno não tem internet, ele não tem banheiro na casa dele, ou se tem o banheiro está contaminando o rio. Esse é um dado da realidade brasileira, não adianta esperar isso ficar pronto. Nós temos que atacar tudo junto. E para mim o ataque principal é na educação. Isso para mim é o meu mote já há algumas décadas. Os projetos que eu participei, alguns de uma forma muito explícita como Telecurso, mas outros de educação infantil - As Séries Rá-Tim-Bum. os museus maravilhosos. Está na hora da gente entender que esse daí é o ponto. E aí esses seus alunos, com todas as dificuldades, podem ter nesse acesso, mesmo que precário, a essa rede, uma saída para a situação que a gente vive. Eu tenho conversado com muitos educadores, nessa pandemia, inclusive aí do Nordeste. Conversei recentemente com um professor de escola pública, do interior de Pernambuco, e ele usa numa escola pública, com estudantes com muita deficiência de acesso, ele usa metodologias, que incluem essa possibilidade de contato remoto, mesmo que seja assíncrono, porque esta conexão que nós estamos agora aqui, é uma conexão mais sofisticada, que precisa de uma banda larga e tal. Mas é possível fazer atividades assíncronas. Você passa por e-mail, você passa conteúdos, cria uma rede de troca de conteúdos, e consegue criar uma metodologia. Aí talvez o ponto principal do professor. Eu acho que o professor na era digital, ele passa assumir a sua essência, ele é um moderador de conteúdos, e um curador, provocador de debates de

processos e tudo mais, e não simplesmente o cara que cria uma grade, aí é parecido com televisão, uma grade curricular conteudista, que ele vai enfiar aquele conteúdo fazer um download, daquele conteúdo na cabeça do aluno. Essa educação para mim também já acabou. Ela só não se deitou ainda, mas ela já morreu.



**O aluno não aceita mais essa aula em grade. Se a aula não for interessante, o aluno pega o celular.**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Aí vale a pena o professor pensar por que que ele faz isso? Porque dentro do celular tem um mundo muito mais interessante, do que uma aula gelada como diz o McLuhan, uma aula do freezer. O freezer não vale mais nada porque o aluno encontra essa aula, em qualquer lugar se ele quiser. As vezes com um professor melhor do que aquele que está na frente dele. Então ele vai encontrar outro cara falando sobre aquilo. Sobre geografia, sobre sei lá ciência, português. Vai ter gente que vai traduzir melhor aquele conteúdo. Então qual é o papel do professor? Para mim é central, o professor é o grande curandeiro deste volume gigantesco de informação. Ele pode ser o cara que vai propor um caminho, no meio daquilo tudo. Mas ele vai ter que saber ouvir. Como nós comunicadores, como nós empresários, nós país. Não adianta atuar como antes, que você sabia tudo, seu filho não sabe nada. E fica quieto aí que eu vou te ensinar. Não é mais assim.



**Você acredita que a educação hoje é esse processo dialógico, e o estudante hoje é tecnológico?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

É isso aí que me anima nessa era que a gente vive. Eu ando muito na minha construção da estrutura de pensamento das coisas que eu estou desenvolvendo. Eu estou muito na praia do Edgard Morin, por exemplo, que tem um livro da religação dos saberes. Religar os saberes. Não é você oferecer os conteúdos, como se fossem coisas inéditas, como se as pessoas não soubessem nada. Mas você reconectar saberes. Você fazer uma coisa transversal, dentro das disciplinas. Você construir projetos, que tenham a ver com o cotidiano, daquela sua comunidade. E que cada lugar do Brasil é um lugar diferente. Aí está beleza, inclusive dos fundamentos do Paulo Freire, que dizer da educação voltada para a vida, que nós aplicamos muito

no Telecurso, os conceitos todos, na criação do Telecurso, que é você buscar tradução de matemática, de geografia, de música, de física para a realidade do público que você está falando.



**A estrada do futuro anunciada nos anos 90, pelo Bill Gates pode ser considerada uma realidade, com a proeminência da Comunicação na vida cotidiana?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

O Bill Gates ele falou até do COVID. O que nós precisamos entender é que o Smartphone, aliás está na hora de parar de chamar ele de fone, inclusive. Ele é apenas, a minha mãe chama de tabuletinha, por exemplo, eu acho mais bonitinho. Ele é uma tabuletinha, que é um ponto de contato com a rede. É um nó que você tem na sua mão. Esse ponto de contato é infinito. Você pode encontrar esse livro do Bill Gates e eu posso falar com minha mãe, eu posso, enfim ele vira uma fita métrica, seu eu quiser, ele vira uma lanterna. É o nosso canivete Suíço, mas só que também permitindo com que nós sejamos um agente de transmissão. Nós somos cada um, hoje uma central de comunicação, ou como eu disse no primeiro posto do meu Blog de 2003, "finalmente viramos o Roberto Marinho de nós mesmos". Só que sem a consciência que viramos. Então, por isso, você sai espalhando fake News. Você não tem responsabilidade. Mas se você é o Roberto Marinho de você, tem que ter responsabilidade, porque foi você quem espalhou a fake news. Isso ainda não existe. Esta consciência ainda não existe.



**Em março quando houve a decretação da quarentena do novo coronavírus, quais foram as principais mudanças que ocorreram para os comentaristas do Jornal da Cultura?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

A principal é sempre o nosso colega era um homem da área médica. Então, todo comentário era embasado cientificamente por alguém, que estava o nosso lado. Houve uma limitação pela idade. Vários comentaristas, com mais de 60 anos, a própria direção sugeriu o afastamento.



**Além disso, houve uma série de novas práticas adotadas como dois microfones distanciamento e foi praticamente geral máscara**

## **dos repórteres, matéria sendo feitas de forma remota. e o que que você acha dessas novas práticas depois da pandemia?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Hoje já dá para avaliar, que elas foram muito bem executadas foram e tiveram efeito. Tivemos pouquíssimos casos de contaminação, na equipe. O Provoca, por exemplo, que é um programa que nós conseguimos manter no ar, ele começou a seguir esse protocolo da TV Cultura, com pouca gente no estúdio vídeo. Todo mundo de máscara. O cuidado extremo na logística, e nos equipamentos, todos os banheiros, nos camarins, na maquiagem, e o resultado foi muito positivo. Tivemos que reaprender essa coisa de produção audiovisual remota. A televisão teve que ser ágil nisso. Está sendo até hoje, um aprendizado para todo mundo, para os editores. Como você gravar entrevistas? como você fazer entradas ao vivo? Enfim uma necessidade de adaptação, como em todas as áreas. No caso da TV tanto no jornal, quanto no provoca o resultado acabou sendo muito positivo, não apenas manter no ar como a audiência, inclusive aumentou nesse período. E até compreensível né já que as pessoas estão mais em casa.

**ÂNCORA**

**O Provocações foi um programa que ficou o tempo todo com o Abujamra e o Gregório Bacic. Como foi reinventar, por meio do Provoca?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Foi um desafio muito especial, porque eu sou discípulo do Abujamra, como muita gente. Durante muito tempo eu convivi com o Abujamra, quando eu fiz o Vitrine, ele estava inaugurando estreando o Provocações. Então, a gente conviveu durante muitos anos na própria TV Cultura. E sempre foi enfim um artista, que me inspirou bastante. Assim e com quem eu tive a felicidade de conviver mesmo, de trocar, de conversar. O convite veio e a princípio eu falei não. Eu não queria enfim, achei que era um fardo muito árduo, e eu não queria e tal. Mas aí eu lembrei, quer dizer, essa história de você ter um programa de entrevistas numa emissora de televisão aberta é uma oportunidade raríssima, e eu sempre tive uma tese que eu só deveria fazer um programa de entrevistas numa TV aberta, se eu fosse convidado, porque tem muita gente que leva um projeto para uma emissora de um programa de entrevista. Eu sempre tive essa tese de que isso não ia funcionar. E é uma tese, que eu dividi com a minha mulher. Olha eu não vou topa fazer talk show, não quero fazer, a não ser que uma emissora de televisão queira que eu faça, por quê para mim é uma coisa que tem

que ter muita liberdade editorial, se não, não vale a pena. E aí ela me lembrou “mas a TV Cultura está te convidando e tem tudo a ver com você”. E uma outra cláusula que eu achava que era necessária é que eu tivesse mais de 60 anos. Eu botei isso também. Eu tenho que ter alguma história de vida para poder fazer um programa de entrevistas. Porque para mim sem você ter alguma experiência de vida é difícil você entrevistar pessoas. Você é um garoto vai entrevistar um cientista, um filósofo, um escritor? Sei lá tudo bem. Pode ser, mas eu não queria para mim. E aí ela lembrou “esse ano você vai fazer 60 anos”. Juntou as duas coisas e eu topei, com frio na barriga. Estou muito feliz com o resultado. Estou gostando.

## ÂNCORA

**Você começou no 23ª Hora, com o Goulart de Andrade depois foi o Ernesto Varela interpretou o professor Tibúrcio, entre outros trabalhos. O que te conduziu assim para trabalhos diferentes, mas sempre com foco na comunicação?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Tem um fio que conduz isso, que é a vontade de conhecer as coisas, de destrinchar, de desmontar. Sabe eu sempre tive um espírito muito assim de cientista, de querer entender como funciona? No Varela, como funciona o jornalismo? No Varela nós fazíamos um jornalismo absolutamente explícito, onde apareciam câmeras, aparecia edição, e apareciam perguntas também, que revelavam. E curiosamente eram perguntas muito simples. Que tem a ver com isso: uma tentativa de entender de uma maneira mais simples a realidade. O CQC vai na mesma praia do Varela, o professor Tibúrcio nem se fala, que ele é explícito, é um professor que quer entender o mundo, para contar para as crianças: o que que é frio? que é quente? O que é áspero? O que é macio? Enfim é literalmente uma bandeira da minha vontade de atuar como educador mesmo.

## ÂNCORA

**É possível você definir o que é mais forte em você o jornalismo ou a arte?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Olha o que eu vejo é que eu sou um... eu falo na minha na minha bio aí “eu sou um extraterrestre”. Eu acho que eu sou um cara híbrido, assim eu gosto de traduzir a complexidade, numa linguagem arroz com feijão, e para isso você precisa entender lá antes. Isso eu pratiquei com o Varela, e aí é importante a arte porque você tem que mergulhar na filosofia para poder

falar de corrupção ou de ética. E você tem que mergulhar nas artes visuais, para poder criar uma linguagem, que foi aqui nós criamos, eu e o Fernando Meirelles, que foi meu parceiro na criação do Varela. Para poder criar uma narrativa, uma edição, uma câmera e tudo mais. O Tibúrcio também é resultado de uma temporada longa que eu fiquei estudando cinema mudo, na Universidade de Nova York. O Tibúrcio tem muito de cinema mudo, de câmera fixa. A câmera do Tibúrcio o enquadramento é o mesmo, ele que se desloca, é totalmente embasado no ano que eu fiquei estudando. Então é um encontro de arte como comunicação o meu trabalho. O que eu fiz dos museus também, no Museu da Língua Portuguesa com um jogo chamado Beco das palavras - que é um game interativo de agrupar as sílabas e formar uma palavra. No Museu do Amanhã nós fizemos um game também chamado Humano, que tem um software, que faz sete perguntas para o visitante, e com as respostas do visitante, ele diz que tipo de humano que ele é. Nós fizemos, desenvolvemos uma matriz de personalidades baseadas no Young, nos tipos psicológicos, uma brincadeira lúdica. Claro, mas, para provocar o visitante do Museu do Amanhã a pensar em que tipo de humano que ele é, que tipo de efeito que ele está causando no planeta, e nós desenvolvemos 12 tipos de humanos. E o cara sai com crachazinho assim, com a carinha é bem legal. É uma instalação, que tem quase no final do percurso do Museu do Amanhã. O Telecurso é uma coisa que a gente juntou muita gente, era uma equipe muito grande mais de várias disciplinas das artes: visuais, música, para construção do programa. Roteiro, eu trabalho muito com roteiristas no cinema e televisão. Enfim então, o meu trabalho mistura as duas coisas. Mistura comunicação, às vezes em jornalismo de uma forma explícita, mas eu acho que é mais é mais a comunicação de uma forma mais ampla, porque eu trato também de conteúdos acadêmicos, de conteúdo de estudo de comunicação, especificamente inclusive, com tecnologia e com artes.



**Você se formou em engenharia depois foi para RTV. O que o levou a sair de uma área migrar para outra e se desenvolver dessa maneira na eclética, misturando arte e jornalismo?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

É que tem um detalhe aí entre essas duas, que é o teatro. Eu sempre fiz teatro, assim sabe desde pequeno, quando eu fazia engenharia, eu fazia também escola de teatro, e na própria engenharia eu comecei a ficar inquieto. Assim que eu achei que não era apenas ciências exatas, que eu queria me dedicar E aí eu fiz um teste e entrei, antes de ir para rádio e TV, eu entrei no grupo do Antônio filho e fui discípulo do Antunes Filho, durante um tempo muito significativo. Eu abandonei a Poly, inclusive a engenharia



e me dediquei ao grupo do Antunes e no grupo do Antunes é que eu encontrei a minha turma. Da Olhar Eletrônico, o Fernando Meirelles, o Paulo Morelli. Eles foram até esse grupo, eles foram atrás de atores, para fazer ficção e tal. E a gente se encontrou, e aí eu falei mais o que vocês fazem? Eles falaram: "a gente faz vídeo". E o que é vídeo? porque não existiam ainda as câmeras de vídeo. Eles me mostraram ou isso é uma câmera de vídeo A gente grava em uma fita, e tal não sei o quê... E aí eu abandonei tudo, assim nessa época eu já fazia teatro, fazia a Poly e fazia também Comunicação na Eca à noite. Aí eu abandonei tudo isso e fui participar da fundação da Olhar Eletrônico, que essa produtora dos anos 80, onde nasceram todos esses projetos nasceram muito projetos, e uma equipe enorme de gente muito talentosa hoje são diretores de cinema, fotógrafos, documentarista é uma turma bem importante. O Renato Barbieri um documentarista muito conhecido, Paulo Morelli, Fernando Meirelles, o Marcelo Machado Tônico Melo, Davidson Brasileiro - o cara que especializado em indígenas, documentarista também. Adriano Gomes é um cara que foi indicada ao Oscar - diretor de fotografia dessa série The Crown. Era tudo uma molecada que estava na Olhar Eletrônico, que deu certo é uma turma danada. A Márcia Meirelles que é documentarista, a Sandra Annenberg - essa apresentadora da Globo estava lá com a gente, a Paula Cesarino, que depois de Editora da folha. Enfim era uma turma muito boa. A Giulia Gam. Enfim era uma turma boa. O Marcelo Paiva, o escritor. Nós éramos um grupo que tinha uma ligação através do estudo das Artes, da filosofia, principalmente, e da comunicação, para desenvolver aquela linguagem nova, que estava chegando, que era o vídeo. E foi a minha escola assim, a minha escola informal, de produção audiovisual. Depois disso é que eu pedi uma bolsa de estudos, e ganhei a bolsa da Fulbright, que é uma bolsa norte-americana, e fui estudar em Nova York na universidade de Nova York. Fiquei lá estudando cinema e televisão, de uma maneira organizada, por uma pequena parte da minha vida. Infelizmente que eu já estava trabalhando tudo. Na volta dessa temporada de Nova York, eu fui convidado para participar da criação do Rá-Tim-Bum. E o parto do professor Tibúrcio tem muita a ver com a minha temporada na UNY, porque eu tinha estudado Buster Keaton durante um ano, e foi inevitável assim a criação dele tem a ver com aquela linguagem.



**Se você fosse escolher o que que você prefere: televisão, internet, cinema, tecnologia ou educação?**

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Eu prefiro educação, porque educação é algo que você faz com todos os outros, e eu fazendo agora nessa minha fase 60, eu fiz uma retrospectiva e descobri coisas óbvias. Uma delas é que eu sou filho de dois professores de escola pública. E a educação está presente na minha vida, desde sempre. Os meus trabalhos todos têm um viés de busca mesmo, de tradução de educar. E então é o que me move sabe inclusive hoje no provoca, quando eu levo lá uma empreendedora, duas empreendedoras uma negra e outra de um banco que vale um bilhão de dólares - que é o Nubank. Eu estou procurando o debater exatamente isso: porque que as mulheres não ocupam espaços de liderança nos negócios não ocupam tão pouco? Especialmente uma mulher negra, no caso da Maitê Lourenço entrevistada da semana passada essa semana aliás. Creio que o meu papel é esse mesmo, colaborar para isso, para o debate, para gente se educar, porque o país que nós temos para construir ele é muito ainda ele está numa fase ainda de beber. Nós estamos ainda no início, muito frágil de construção de identidade, de cidadania, e a minha meta é colaborar nessa direção sabe, mais do que enfim fazer um filme, ou um programa de televisão sei lá. E isso acaba vindo, como uma consequência, mas o meu foco mesmo é educação.

**ÂNCORA**  
**Um sonho?**

**Marcelo TAS**  
TV Cultura | Brasil

Trabalhar numa estação espacial.

**ÂNCORA**  
**Uma música?**

**Marcelo TAS**  
TV Cultura | Brasil

So What do Miles Davis.

**ÂNCORA**  
**Um livro?**

**Marcelo TAS**  
TV Cultura | Brasil

Dicionário filosófico de Voltaire.



## O Brasil tem jeito?

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Claro, senão não estaria aqui conversando com você.

**ÂNCORA**

### Como você prevê o futuro do Brasil depois da pandemia?

**Marcelo TAS**

TV Cultura | Brasil

Futuro árduo, cheio de dramas e desafios, e com uma possibilidade de mais transparência. Essa é a palavra nós temos que olhar com mais transparência, para as nossas fragilidades, para desigualdade, especialmente para a profunda desigualdade de oportunidades, que nós vivemos. E aí olhando para esse fundo de poço nós reconstruímos um uma nação.

