

ÀS MARGENS DO ENTENDER

QUEM DIZ O QUE É NOTÍCIA?

LILIANE FEITOZA

ÀS MARGENS DO ENTENDER

QUEM DIZ O QUE É NOTÍCIA?

LILIANE FEITOZA

Editor: Lécio Cordeiro.

Projeto gráfico, editoração eletrônica e ilustrações: Box Design Editorial.

Capa: Felipe Moura.

Ilustração da capa: Cadu Loureiro.

Revisão de Texto: Suélen Franco.

Coordenação editorial:



Avenida Doutor Rinaldo de Pinho Alves, 2680

CEP: 53411-000 – Paratibe – Paulista/PE

Tel.: (81) 3447.1178

CNPJ: 14.605.341/0001-03

Fizeram-se todos os esforços para localizar os detentores dos direitos dos textos contidos neste livro. A Editora pede desculpas se houve alguma omissão e, em edições futuras, terá prazer em incluir quaisquer créditos faltantes.

As palavras destacadas de amarelo ao longo do livro sofreram modificações com o novo Acordo Ortográfico.

F311a Feitoza, Liliane

Às margens do entender : quem diz o que é notícia? : 6º ano : ensino fundamental / Liliane Feitoza. – Recife : Prazer de Ler, 2019.
48p. : il.

Inclui referências.

1. COMUNICAÇÃO NA EDUCAÇÃO – ENSINO FUNDAMENTAL. 2. COMUNICAÇÃO DE MASSA – LINGUAGEM – ESTUDO E ENSINO. 3. JORNALISMO – LINGUAGEM – ESTUDO E ENSINO. 4. RADIOJORNALISMO – ASPECTOS SOCIAIS. 5. TELEDIÁRIO – ASPECTOS SOCIAIS. 6. NOTÍCIAS INTERNACIONAIS – ASPECTOS SOCIAIS. 7. MÍDIA (PUBLICIDADE). I. Título.

PeR – BPE 19-78

CDU 37
CDD 370

ISBN: 978-85-8168-701-8

Impresso no Brasil

Reprodução proibida.

Art. 184 do Código Penal e Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.



Os jornalistas são personagens muito populares em filmes e desenhos. Com frequência, assistimos a programas em que esses profissionais aparecem investigando algum acontecimento obscuro, denunciando fraudes ou mesmo revelando problemas sociais.

Mas além das situações polêmicas e sensacionais, o jornalismo também informa sobre acontecimentos do cotidiano. As notícias, por exemplo, podem nos informar sobre a previsão do tempo e nos ajudar a saber se devemos ou não levar um guarda-chuva ao sairmos de casa, podem nos deixar a par das atrações culturais que ocorrerão no fim de semana e dos acontecimentos políticos ou econômicos que envolvem o lugar onde vivemos.

Neste livro, falaremos sobre os diversos assuntos de que as notícias tratam, indo dos mais surpreendentes aos mais comuns, com a intenção de entender melhor as margens que separam o que é notícia do que não o é. Para isso, nos voltaremos para alguns conceitos, conheceremos antepassados da notícia e exploraremos algumas características dos nossos pensamentos.

Vamos iniciar uma viagem cheia de histórias, algumas reais, outras inventadas, mas todas úteis para praticar nossos conhecimentos sobre as notícias. Ao fim, não seremos jornalistas ou especialistas, mas estaremos prontos para questionar os acontecimentos à nossa volta, levantando outros pontos de vista. Também entenderemos que, mesmo existindo muitas forças influenciando a decisão do que será notícia, não podemos deixar de reivindicar espaço para que as diversas vozes, inclusive a nossa, sejam representadas.

As notícias, portanto, podem falar de diversos assuntos, mas devem representar a todos nós. Boa leitura!

Dedico este livro aos estudiosos e visionários de um jornalismo para o desenvolvimento.

Liliane Feitoza

Às margens do entender: quem diz o que é notícia?



Escaneie o QR CODE

Para mandar no grupo da família: um guia de como checar se uma notícia é falsa

Apurando os fatos



Imagine que certo dia você e seu irmão ou sua irmã estavam sozinhos em casa durante uma tarde comum. Na verdade, a tarde era até bastante monótona, pois vocês não tinham trabalho da escola nem qualquer outra atividade para realizar. Em busca de algo que ajudasse a passar o tempo, vocês decidiram filmar a casa, como se estivessem construindo um pequeno filme, literalmente caseiro. Ao se aproximarem da janela, vocês notaram algo estranho no prédio vizinho. A partir daí, não só a atenção dos dois, mas também a câmera do celular, voltaram-se totalmente para a situação atípica.

De início, vocês perceberam uma chama não muito grande, mas depois, com um pouco mais de atenção, notaram a chama aumentar e que algumas pessoas corriam, tentando deixar o prédio. Vocês continuaram filmando, tentaram observar por outras janelas e filmar o incêndio por outros ângulos. Conforme o tempo passava, o pouco de fogo e a fumaça transformaram-se em um incêndio de proporções consideráveis, ocorrendo, inclusive, algumas pequenas explosões.

Só diante das explosões, vocês atentaram para o fato de que era necessário alertar o corpo de bombeiros a fim de que o fogo fosse combatido. Por isso, um de vocês ligou enquanto o outro continuava a filmar. Nesse vídeo caseiro, vocês acompanharam o desenvolver do caso, desde o princípio até a chegada dos bombeiros, que encontraram uma situação já crítica.

Vocês não poderiam imaginar enquanto o fato ocorria, mas o incêndio filmado se transformou no assunto mais comentado da sua cidade durante as semanas seguintes. Graças ao horário, o prédio não estava com a sua ocupação habitual. Ninguém morreu, mas uma grande quantidade de pessoas se feriu, tanto por causa do fogo quanto pelo desespero típico de situações como essa, fazendo com que muitas pessoas se machucassem na tentativa de deixar o prédio com rapidez. Além disso, um grande número de famílias perdeu seus bens e ficou sem poder voltar para casa.

Não é difícil entender o motivo de esse acontecimento ter interessado a tantas pessoas e tantos jornalistas, que passaram a produzir notícias a respeito do incêndio, das famílias, da atuação dos bombeiros, da investigação da perícia e até do que fazer em situações como essa. Também não é difícil compreender o motivo de



Sergey Toronto e Vasily Smirnov/Shutterstock.com

o vídeo amador feito por vocês ter despertado o interesse da imprensa. Depois de vocês postarem trechos do conteúdo em uma rede social e esse material receber muitos compartilhamentos e comentários, jornalistas chegaram até vocês não só para obter autorização para retransmitir o conteúdo, no caso de jornalistas que trabalham em emissoras de televisão e para *web* jornais, mas também para conversar com vocês sobre tudo o que acompanharam, afinal vocês foram observadores privilegiados, que acompanharam todo o desenrolar da trama.

Se a tarde tivesse continuado como começou, mais um

dia monótono e tranquilo, o vídeo que vocês fizeram certamente não despertaria muito interesse e, se ainda assim tivesse sido postado da mesma forma e na mesma rede social, certamente receberia menos atenção do que recebeu. Dificilmente alguém afirmaria o contrário sobre isso, mas nosso interesse, nesse início de conversa, é começar a pensar no porquê. Em outras palavras, por que concordamos que um vídeo sobre a nossa casa seria menos interessante do que um vídeo sobre um incêndio?

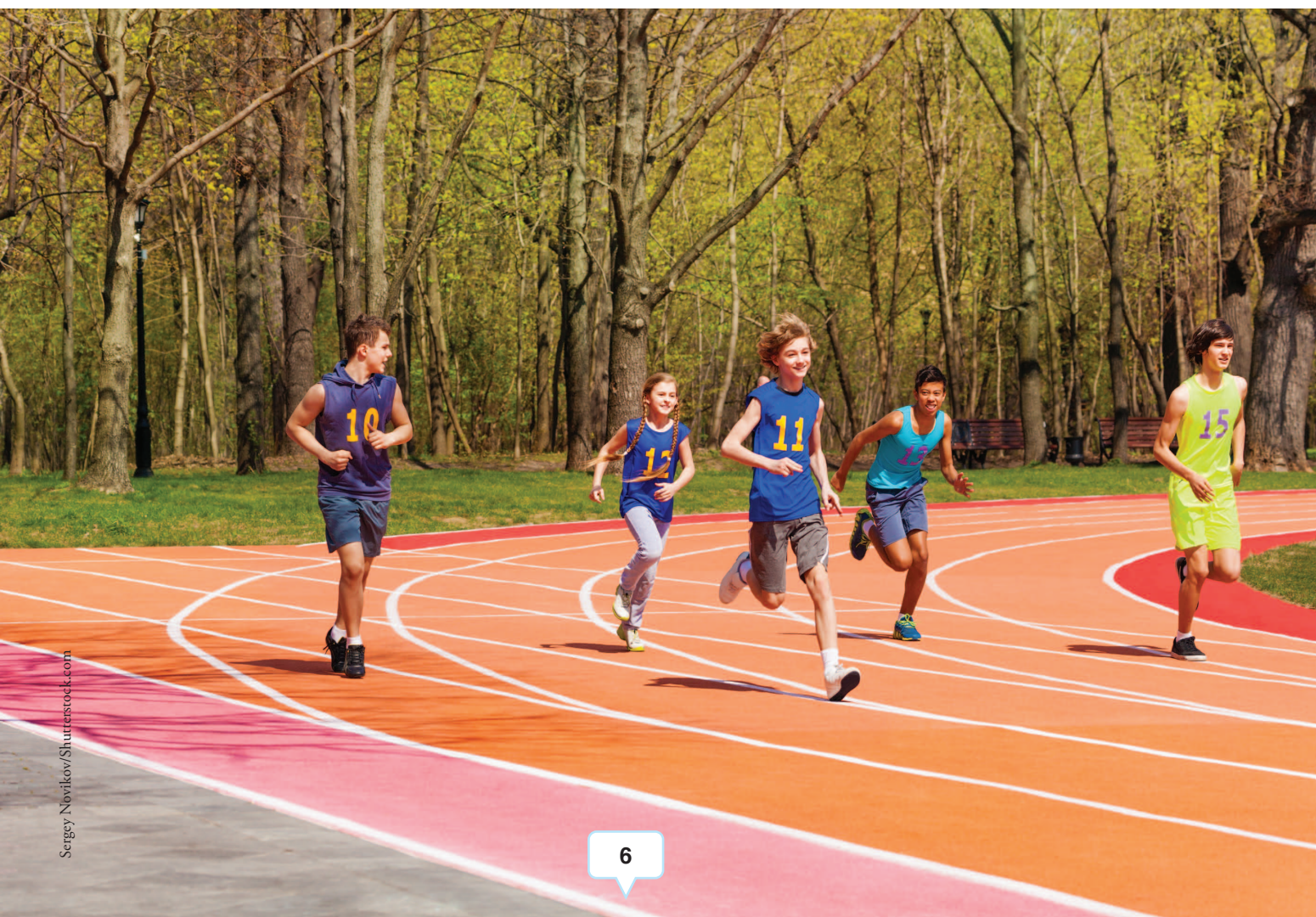
Talvez lhe pareça bobo fazer uma pergunta como essa, mas explorar as razões pelas quais afirmamos com tanta certeza

que o vídeo do incêndio tem mais chances de despertar interesse é o motivo de termos começado toda essa narrativa. Separando razões, podemos dizer que o vídeo do incêndio envolve uma quantidade maior de pessoas, ao contrário do vídeo da casa, que envolveria apenas você e seu irmão ou sua irmã. Também podemos afirmar que o vídeo do incêndio envolve uma situação atípica, tensa, que ainda inclui o drama de pessoas que se feriram ou se prejudicaram, também há ação, conflito e imagens impressionantes. Tudo isso, que está presente na situação do incêndio, falta no vídeo sobre a casa.

Mesmo que você nunca tenha feito um exercício como esse, de se perguntar por que algo é importante e algo não é, duvido muito que os motivos que apresentei tenham feito pouco sentido para você. Pensando um pouco sobre o assunto, a maior parte das pessoas não encontrará dificuldade em separar alguns assuntos que

poderiam despertar o interesse de jornalistas dos que seriam insignificantes para eles. Essa afirmativa não quer dizer que as pessoas conhecem tão bem o tema de todas as notícias quanto os jornalistas nem que esse conhecimento das pessoas é aplicável a todas as temáticas. Para deixar mais claro o que queremos dizer, vamos a alguns exemplos.

Pense que, em uma competição na sua escola, você vai disputar a prova dos 100 metros rasos, isto é, vai disputar com outros estudantes quem consegue correr 100 metros com maior rapidez. Se você for campeã ou campeão dessa prova, isso certamente despertará o interesse dos seus colegas de turma e das pessoas da escola, mas dificilmente esse assunto será abordado em uma notícia de jornais da sua cidade ou estado, no máximo ela interessará ao jornalzinho da sua escola. Entretanto, se, ao observar o seu tempo, o professor de educação física perceber que você



quebrou o recorde nacional na prova, aí sem dúvidas o assunto interessará não só a veículos de comunicação da sua cidade e estado, mas também a jornalistas de veículos de peso nacional, que aparecerão interessados em saber de você.

Já em outro exemplo, imagine que um dos seus professores ou dos seus colegas de turma tropeçou e caiu nas escadas em frente à sua escola: esse acontecimento cotidiano não atrairia a atenção de profissionais da **mídia**. Porém, se no lugar dos seus companheiros de escola, tivesse caído a governadora do estado, que estava na sua escola em uma visita para falar sobre a acessibilidade dos colégios para alunos com dificuldade de locomoção, com toda a certeza esse assunto atrairia repórteres.

Assim como no caso do incêndio, você pode listar uma série de motivos capazes de justificar por que um acontecimento interessa aos jornalistas mais do que outros. No primeiro caso, o da corrida, o interesse por uma simples competição escolar se justifica pela existência de um recorde e pelo teor excepcional e inusitado de a marca de um atleta profissional ser superada por uma criança amadora no esporte. No segundo, o que faz uma simples queda ser interessante é a notabilidade da pessoa que cai: não era um estudante ou um professor que passou distraído, mas uma autoridade pública e, ironicamente, ao se propor a tratar de acessibilidade.

O que é importante fixar, nesse começo de conversa e após todos esses exemplos, é que existem margens que separam fatos com maiores e menores chances de atrair a atenção de jornalistas e de se transformar em notícia. Além disso, o conhecimento do que é interessante ou não para ser retratado não é um privilégio exclusivo dos jornalistas, ou seja, outras pessoas também possuem conhecimentos que se aplicam a essa identificação.

Mas de onde vêm esses conhecimentos? Ou seja, quem estabelece ou estabeleceu as margens que separam o que é ou não interessante e importante a ponto de ser divulgado para uma grande quantidade de pessoas? Esse pequeno livro é um convite a um passeio histórico e sociológico em contato com acontecimentos considerados importantes, a fim de pensar e questionar não só a origem de algumas noções, mas também a sua manutenção.

Pela frente, estão histórias diversas que serão dissecadas e analisadas de formas distintas, como foram os exemplos por que passamos. Mas, em todas essas histórias e análises, pensaremos sobre essas margens, questionaremos essas importâncias e ampliaremos as dimensões do nosso entendimento das novidades que nos cercam.

A mídia

Quando falamos em mídia, estamos nos referindo a todo o conjunto de meios de comunicação de que dispomos. O termo vem da pronúncia em inglês da palavra *media*, o plural de *medium*, que significa *meio*. Assim, **mídia** seria o plural de *meio*, justamente porque ela designa todo um sistema composto de diversos meios.

Hadrian/Shutterstock.com



O jornal mais antigo do mundo ainda em circulação é o holandês *Haarlems Dagblad*, fundado em 1656. Atualmente o jornal alemão *Bild* (imagem), fundado em 1952, é o maior em circulação do Ocidente.

Conhecendo a notícia

Uma senhorinha idosa interessada em tudo quanto é novo. Pode parecer que não, mas essa é uma forma possível de descrever as notícias que nos cercam. Talvez seja difícil imaginar a notícia como uma pessoa mais velha, afinal de contas ela está sempre envolvida com as maiores novidades, interessada em descobertas e atenta ao que acabou de acontecer. Além disso, diferentemente das senhorinhas do nosso tempo, que costumam se envolver mais timidamente com recursos tecnológicos, ela pode até apresentar alguma resistência, mas logo se adapta às novas tecnologias.

Hoje a notícia está nas redes sociais, nas páginas de Internet, nos serviços de mensagem instantânea para celulares, mas tudo isso sem abandonar os velhos espaços: a notícia não deixou de **frequentar** jornais impressos, de passear pelas ondas do rádio ou de se propagar em imagens vibrantes pela televisão.

O fato é que não é de hoje que essa senhora, a Dona Notícia, propõe-se a informar as pessoas. Tanto é assim que ela deixou marcas por lugares onde passou. A imagem de garotos muito jovens gritando “Extra! Extra!” e lendo as principais manchetes do momento para vender jornais talvez não seja estranha para você. Essa situação era comum no final do século XIX e início do século XX e

muitas vezes aparece em livros de história ou filmes, por serem um elemento interessante para retratar a imprensa da época.

Continuando com os filmes, também é possível ver neles antigas marcas da existência da notícia, isso porque há muito tempo o jornalista, como personagem, e o seu trabalho frequentam as telas do cinema. Pense em filmes que você conhece e dos quais gosta que possuem jornalistas como personagens. Parando para refletir sobre isso, encontraremos muitas referências, pois a figura do jornalista destaca-se das tramas políticas aos filmes de super-heróis, sendo, muitas vezes, eles mesmos (os jornalistas, os jornais e as notícias) os assuntos de que tratam os filmes.

O simples conhecimento dessas ocorrências já nos prova que, mesmo se ocupando de acontecimentos atuais, as notícias não são algo novo. Mas a verdade é que mesmo essas lembranças remotas, como os garotos dos séculos XIX e XX e alguns filmes antigos e clássicos, não são os eventos mais antigos aos quais podemos associar as notícias, principalmente se expandirmos seu significado.

Podemos perceber as notícias a partir de dois sentidos distintos. Por um lado, ela pode ser vista como um produto resultante do trabalho de jornalistas, ou seja, como algo que o jornalista faz no

Folha da Noite



A primeira capa do jornal *Folha de S. Paulo*, fundado em 1921 com o nome *Folha da Noite*. É importante perceber a antiga estética do periódico, sem a utilização de imagens, como é mais recorrente hoje em dia. A *Folha* é um dos jornais de maior circulação no Brasil atualmente.

dia a dia do seu trabalho. Mas, por outro, pode ser entendida como uma novidade. Quando alguém diz: “Ontem li uma notícia sobre esse assunto”, provavelmente se refere à notícia no primeiro sentido, como um produto jornalístico, que poderia estar em um jornal impresso, em uma revista ou numa página de Internet, esperando para ser lida. Já quando perguntamos “Tem alguma notícia da sua irmã?”, não estamos querendo saber se uma empresa jornalística produziu conteúdos sobre a irmã da pessoa, mas se há novidades sobre ela.

A notícia como produto do trabalho jornalístico é exatamente do que queremos tratar, mas não podemos deixar de considerar a notícia como novidade, e há dois motivos para isso. Primeiro, porque as novidades são como antepassados das notícias atuais e, segundo, porque, olhando para

os interesses pela novidade que existiu antes das notícias, podemos entender melhor os que passaram a existir a partir dela.

Historicamente, é difícil apontar uma data de nascimento para qualquer uma das duas, ainda assim podemos fazer um esforço de localizá-las em determinados períodos. A notícia-produto depende da existência de uma imprensa, que só pôde passar a existir depois da invenção da prensa de tipos móveis no Ocidente, o que aconteceu por volta dos anos 1450, e da circulação de jornais ou boletins semelhantes a eles (boletins manuscritos circulavam em cidades alemãs nos fins do século XV, e os primeiros jornais modernos começaram a surgir na Europa no início do século XVII). Assim, mesmo que essa notícia não nos diga precisamente quantos anos tem, podemos assegurar que ela já cumpre seu ofício há mais de 400 anos.

Já a notícia-novidade pode olhar para essa ideia com desdém, ou seja, ela pode fazer **pouco-caso** desses 400 anos e chamar a notícia-produto de criancinha, uma vez que já viveu muito mais do que isso. Alguns autores, como o pesquisador Mitchell Stephens, falam de uma “vocação humana para comunicar o que é novo”; outros, como o português Jorge Pedro Sousa, afirmam que, por necessidade, entretenimento ou por desejo, as origens da disseminação de novidades remontam aos primórdios da humanidade. Nas obras desses dois pesquisadores do jornalismo, está a afirmação de que as novidades são tão antigas quanto é a comunicação humana.

Antes do nascimento da notícia, nossa jovem senhora de mais de 400 anos, muitas outras formas de divulgar novidades existiram. Adiante visitaremos alguns desses antepassados, na tentativa de aprender com eles e de entender de onde as notícias herdaram algumas características. Mas, antes disso, vamos falar um pouco mais sobre as notícias-produto e, principalmente, sobre o que elas consideram importante.



Da prensa à imprensa

Como falamos acima, a notícia-produto tem suas origens muito ligadas a outra senhorrinha, muito familiar a todas nós: a imprensa. Mas quem é essa senhora e por que ela foi tão importante para o desenvolvimento da notícia-produto?

Atribui-se a Johannes Gutenberg a criação de uma técnica de impressão que revolucionou o mundo: a prensa de tipos móveis. A técnica de imprimir formas e caracteres gravados em relevo já existia no Oriente, mas ele criou tipos móveis mais resistentes e duradouros. Com a tecnologia de Gutenberg, os tipos móveis (letras, números e outros caracteres) eram organizados em uma placa metálica compondo textos e, ao absorverem a tinta, gravavam-nos no papel. A partir dela, os textos passaram a ser mais rápida e facilmente reproduzidos (imagine escrever à mão várias páginas de um livro), inclusive as notícias. Impressas, as notícias puderam circular com maior regularidade, dando origem à imprensa, nome que deriva desse artefato, a prensa.

Hoje, o termo **imprensa** é usado para designar toda a estrutura formada por profissionais, veículos de comunicação e ferramentas utilizadas no exercício do jornalismo, incluindo impresso, radiofônico, audiovisual, etc. Tudo isso porque a tecnologia de Gutenberg foi uma grande incentivadora para que a notícia-produto, inicialmente na forma impressa, ganhasse o mundo e se tornasse indispensável.

O alemão Johannes Gutenberg (1398-1468), criador da prensa de tipos móveis no Ocidente. Sua tecnologia possibilitou a disseminação de ideias, informações e conhecimentos, por isso o surgimento da prensa marcou o início de uma revolução.

Como funcionava a prensa móvel

1. Os caracteres eram gravados em pecinhas metálicas, inúmeras, agrupadas em caixas.
2. Em um bloco de metal, chamado **matriz**, essas peças eram organizadas compondo textos, com os caracteres (tipos) **sequenciados** formando palavras e, entre elas, os devidos espaços. Com as palavras em **sequência**, a página era “diagramada” como se fosse um jogo de encaixe: peça por peça era disposta na placa.
3. Com um tecido, uma tinta era aplicada nos tipos móveis.
4. Sobre a matriz, colocava-se a superfície de impressão, que poderia ser um papel, tecido ou pergaminho.
5. Uma espécie de prato era “prensada” sobre a superfície de impressão, fazendo com que a página “diagramada” na matriz fosse gravada nessa superfície.
6. Pronto, estava impressa a página, certo? Não exatamente! Quando esse processo terminava, a página era verificada (uma espécie de “revisão de texto”) e, se fossem identificadas falhas, os caracteres eram reorganizados na matriz. Quando a página era aprovada, aí o processo se repetia, gerando diversas cópias. E assim eram feitos, página a página, os impressos.



Escaneie o QR CODE





Escaneie o QR CODE

*A opinião do jornalista
é importante?*

A seleção do que vai virar notícia

Não é preciso pensar muito para compreender que o trabalho de selecionar os fatos que serão transformados em notícia não é uma tarefa fácil. O primeiro desafio nesse caminho está no espaço limitado. Agora mesmo, por todo o mundo, assim como pelo nosso país, milhares de acontecimentos estão se desenrolando, e os jornalistas não têm como dar atenção a todos eles, então necessariamente escolherão alguns.

É preciso escolher, pois não

há espaço suficiente para todos nas mídias tradicionais; os programas jornalísticos na televisão e no rádio têm sempre a mesma duração, e os jornais impressos também costumam ter um número constante de páginas. Ainda que na Internet o problema do espaço seja, em tese, superado, não há limite de tamanho para os *sites*, não dá para falar sobre tudo, pois não há jornalistas suficientes para executar essa ambiciosa tarefa.

Ainda existe outro empecilho

importante, o tempo. Além de ter de escolher entre uma infinidade de acontecimentos e ter de falar sobre uma variedade de temas, o jornalista precisa fazer tudo muito rápido. Como já dissemos, a Dona Notícia só se interessa pelo que é novo. Ela não só deixa de se importar com acontecimentos que considera ultrapassados, mas também tem pouca paciência para esperar. Essa senhorinha deseja que tudo fique pronto o quanto antes.

Tudo isso faz com que o tra-



É inegável que os conflitos tanto nacionais como internacionais estão entre os temas mais noticiados. A Primavera Árabe, por exemplo, iniciada em 2011, ainda tem sido pauta dos veículos de comunicação e ganha destaque sempre que um fato novo acontece. Na imagem, protesto no Egito em 2013.

balho do jornalista seja uma correria constante, entre um universo de escolhas e uma fresta de tempo. Mas é importante fazer um esclarecimento: mesmo que um jornal possuísse espaço ilimitado, inúmeros jornalistas e uma capacidade de parar o tempo a fim de agradar a nossa senhorinha apressada, ainda assim ele faria escolhas, ou seja, ainda assim ele não produziria notícias sobre tudo.

Isso acontece porque nem tudo é considerado interessante a ponto de ser transformado em notícia. Falamos sobre isso no nosso começo de conversa e saímos de lá com duas certezas: de que há margens separando fatos que tendem a interessar mais ou menos e de que o conhecimento do que é interessante não é um saber exclusivo dos jornalistas.

Saindo desse ambiente hipotético e pensando no trabalho cotidiano dos jornalistas, podemos voltar a pensar no quanto é desafiador precisar escolher entre uma diversidade de informações, saber abordar temas muito diferentes (o interesse da notícia vai da vida política e econômica à arte mais abstrata, passando pela mais precisa e complexa descoberta científica) e fazer isso em um curto espaço de tempo. Essa seria uma missão praticamente impossível se, ao longo do tempo, os jornalistas não fizessem uso de algum auxílio.

O auxílio em questão são saberes que os jornalistas apreendem e utilizam com facilidade. Eles ajudam os profissionais a lidar com a diversidade e a fazê-lo com rapidez. Os estudiosos em jornalismo chamam esses auxílios por alguns nomes. Há quem os chame de “critérios de escolha das notícias”, “atributos de relevância”, “elementos da notícia”, “valores informativos”, entre alguns outros. Aqui, neste nosso trajeto, os recursos serão chamados de **valores-notícia**.

De maneira resumida, os valores-notícia são regras práticas e flexíveis que guiam os procedimentos, dizendo para os jornalistas o que interessa à notícia. É como se o valor-notícia fosse um velho amigo da notícia — daqueles amigos que não têm medo de dizer o que o outro vai ou não gostar —, que não só auxilia os repórteres a escolherem o que agradaria à nossa senhorinha, mas também a agradar a sua grande pressa. Ele ajuda a selecionar o que é relevante e merece ser noticiado.

Esse velho amigo, o valor-notícia, é de fato velho. O primeiro enredo formal, ou seja, a primeira lista sobre o que priorizar na hora de selecionar os acontecimentos foi produzida na Alemanha, em 1690. Nesse período, o nome *valor-notícia* ainda não havia sido criado; mesmo assim, os jornais (que já existiam) precisavam que a seleção dos acontecimentos mais importantes acontecesse.

Nessa primeira lista, produzida por um importante estudioso do jornalismo chamado Tobias Peucer, são exemplificadas situações

que ajudam na compreensão do que deve ser lembrado. Para ele, entre o que deveria ser priorizado, estavam, em primeiro lugar, fatos muito excepcionais, como monstruosidades, obras ou acontecimentos fantásticos ou mesmo trágicos, fossem eles na arte, na ciência ou na natureza. Em segundo lugar, estariam os assuntos envolvendo o Estado e os governos: guerra e paz, suas motivações, detalhes sobre batalhas e estratégias, leis, nascimento e morte de personalidades políticas ou célebres, cerimônias, entre outros. Finalmente, também deveria ser do interesse da notícia a religião e suas questões, a exemplo de novas seitas, seus dogmas, rituais e fundadores, obras lançadas, disputas científicas, relação com a natureza e cidadania, instituições religiosas, como as igrejas, entre outros.

É interessante notar que esse conjunto de situações-exemplo, mesmo tendo sido escritas em 1690 continuam sendo, em grande parte, semelhantes às situações que na atualidade são priorizadas para a produção das notícias. Vamos apresentar mais duas listas de valores-notícia, que poderiam ser mais dez ou 20, graças à grande quantidade existente, e nelas vamos buscar semelhanças.

Em 1979, um importante estudioso do jornalismo chamado Herbert Gans publicou um livro chamado *Decidindo o que é notícia* (em inglês, *Deciding*

what's news), no qual também apresentou a sua lista. Para ele, os jornalistas devem identificar nos fatos alguns dos seguintes atributos, para garantir que eles merecem ser selecionados e transformados em notícia: os fatos deveriam envolver uma grande quantidade de pessoas, tratar de algo que impactasse toda a nação ou que fosse do interesse coletivo. Também poderiam ser selecionados os fatos que envolvessem pessoas de destacada posição social/hierárquica. Ele acrescenta que as notícias devem priorizar o que é novo e o que não é banal e cotidiano. Para entreter as pessoas, as notícias podem incluir atos **heroicos**, anedotas e histórias que interessem pelo drama ou pela emotividade que possam despertar.

A lista seguinte foi produzida no ano de 2005 pelo pesquisador português Nelson Traquina, a partir do estudo das listas de valores-notícia de outros autores, gerando os itens a seguir e alguns outros, preocupados mais com o formato do que com conteúdo. Para ele, sobre o conteúdo, os jornalistas devem estar atentos ao tempo, trazendo novidade; devem ainda privilegiar o que interessa a uma grande quantidade de pessoas ou o que se referir a figuras notórias na sociedade. Os jornalistas ainda devem prestar redobrada atenção ao que abala a normalidade, como mortes, infrações e escândalos ou aconte-

cimentos inesperados e incomuns. A normalidade também pode ser rompida por conflitos ou controvérsias, fazendo com que estes também interessem aos profissionais da mídia. Por fim, ele destaca que serão mais interessantes os acontecimentos que estiverem próximos do público do jornal, seja geograficamente, seja pela similaridade cultural.

Pronto, agora que temos acesso a três listagens distintas, cada uma produzida em momentos diferentes, podemos aprofundar o nosso entendimento do que é notícia agora e do que foi em outros tempos. A primeira lista, produzida no século XVII, está inserida em um período de conflitos religiosos e de amplo desenvolvimento da ciência; a que foi produzida na segunda metade do século XX, em 1979, havia passado pelo drama de duas guerras mundiais e pela descrença na notícia como algo independente da história e da sociedade; a última das listas, produzida no início do século XXI, já estava inserida em um mundo de informações já bastante modificado pela Internet.

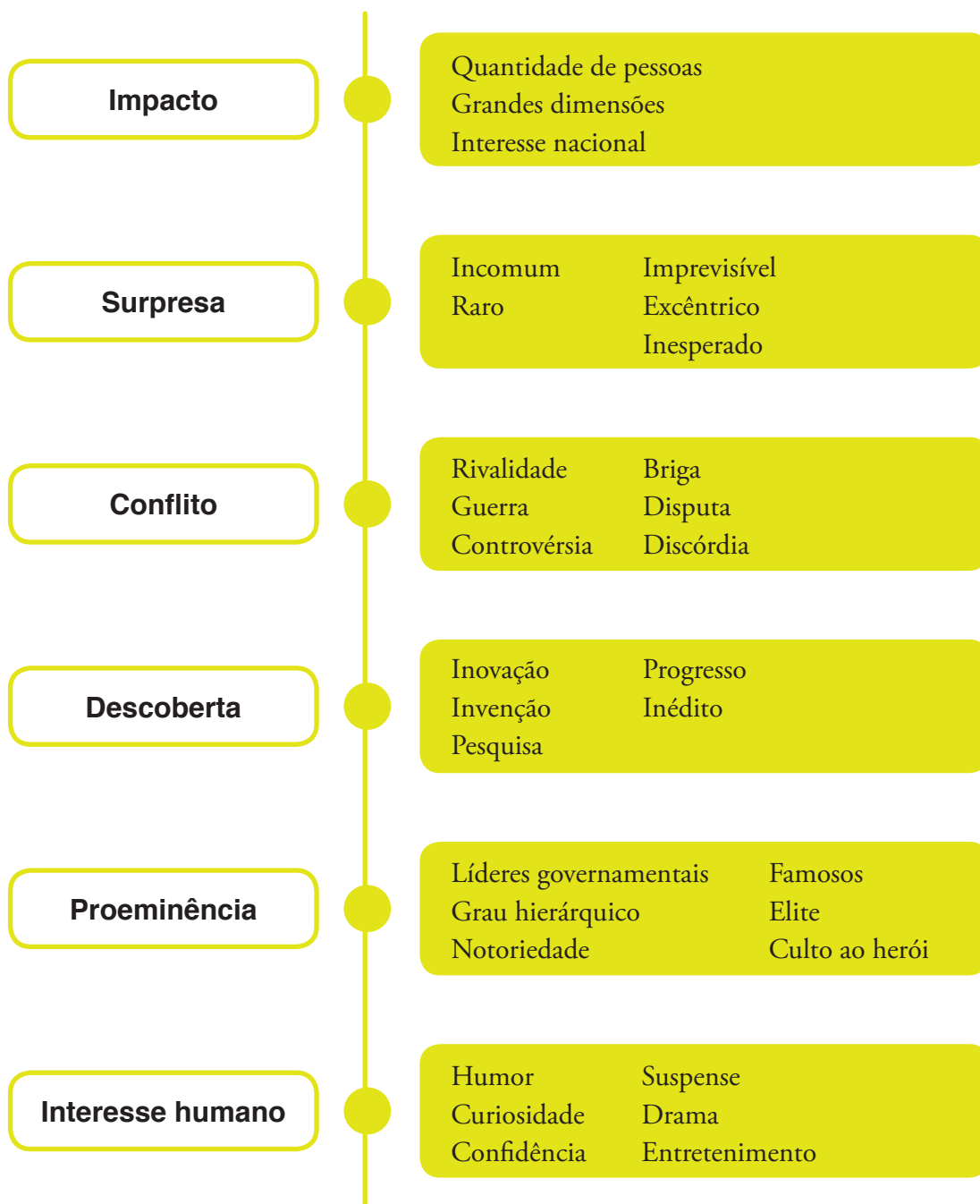
Ainda que em cada uma das listas possamos identificar diferenças, não é possível deixar de notar as semelhanças. Para os três autores, os jornalistas devem estar atentos ao que é novo e diferente e ao que atinge uma grande quantidade de pessoas. Devem ainda focalizar pessoas

notórias, como governantes ou membros da elite, e se afastar de tudo que seja comum e corriqueiro. Ao contrário disso, interessa para ser selecionado o que for incomum, desviante e que de alguma forma rompa com o cotidiano.

A partir dessas e de outras listagens, elaboramos um pequeno quadro de valores-notícia. Dizendo de maneira mais simples, vou propor

alguns valores e convidar você para avaliarmos juntos alguns acontecimentos. Vamos desempenhar parte do papel dos jornalistas e justificar por que alguns fatos possuem noticiabilidade, ou seja, merecem ser notícia.

Para facilitar nossa vida, nossos valores-notícia serão divididos em categorias, conforme o quadro a seguir:



Agora que já temos valores-notícia de referência, podemos realizar algumas análises, agindo como se fôssemos jornalistas diante de um fato. O que vamos fazer, exatamente, é confrontar situações ou materiais jornalísticos, perguntando-nos, nos dois casos, se eles possuem ou possuíram, no momento da sua ocorrência, atributos suficientes para agradecer a exigente Dona Notícia.

Imagine que você é jornalista de um veículo de comunicação localizado na cidade de Belo Horizonte, em Minas Gerais, o ano em questão é 2015, e o mês, novembro. No dia 4 de novembro, dia anterior ao que nos interessa, você havia produzido notícias sobre a instabilidade econômica e política do País, a situação já estava agitada, mas nada comparado ao que estava por vir. No dia seguinte, duas barragens da Mineradora Samarco se romperam, entre as cidades de Mariana e Ouro Preto, ambas localizadas no seu estado. As barragens represavam rejeitos do processo de mineração, e o rompimento fez com que um cenário de

destruição se espalhasse.

Uma gigantesca quantidade de lama arrastou caminhões, encobriu casas e deixou muitas pessoas submersas e outras tantas ilhadas. Todo o distrito de Bento Rodrigues, que possuía aproximadamente 600 habitantes, foi destruído, juntamente com cerca de 200 casas. O corpo de bombeiros começou a realizar o processo de resgate e assegurou a existência de uma primeira vítima fatal. Enquanto isso, a lama continuava se espalhando e danificando os lugares pelos quais passava.

Diante desse cenário, não é preciso ser jornalista para saber que o fato é noticiável, ou seja, saber que ele possui alguns dos atributos necessários para se transformar em notícia. Para nós, entretanto, a intenção é ir além e ser capaz de explicar ou fundamentar essa noticiabilidade. Para isso, volte para o nosso quadro e observe cada uma das categorias e itens procurando notar quais foram acionados diante do rompimento da barragem.



Gustavo Basso/Shutterstock.com

Passados mais de dois anos da tragédia ambiental em Mariana, o acontecimento continua pleno de valores-notícia, seja pelo rastro de destruição ainda não revertido, seja pela cobrança de penalidades aos responsáveis.

Dando uma olhada, você certamente identificou que a ação envolve um enorme impacto, não só pela grande **quantidade de pessoas** envolvidas (destaquem-se nesse momento os muitos desaparecidos), mas também pelas **grandes dimensões** do acontecimento: estamos falando de um distrito inteiro sendo atingido, muitas casas e carros e um amplo território sendo destruídos por uma quantidade inacreditável de lama.

Ser inacreditável nos leva para uma segunda categoria e para outros valores-notícia. A situação é **incomum**, **rara** e, até onde sabíamos no momento, **imprevisível**. Além de todos esses valores, há um considerável interesse humano envolvido. É difícil pensar nesse desastre sem se tocar pelo **drama** das pessoas que perderam familiares, casa, trabalho e até o lugar onde construíram sua vida.

Nesse momento inicial, conseguimos identificar seis **valores-notícia** que se ligaram com facilidade ao fato. Com o passar do tempo, a lama continuou se espalhando, responsabilidades foram cobradas, descobertas foram feitas, vários personagens, entre eles autoridades, começaram a fazer parte da história e, assim, novos valores-notícia foram acionados na cobertura dessa tragédia, que passou a ser classificada como o maior desastre ambiental já ocorrido no Brasil.

Vamos agora mudar de ce-

nário, para uma situação menos catastrófica. Você continua sendo um/uma jornalista, mas diferentemente do último caso, em que o acontecimento surpreendeu a todos, o fato a ser coberto está sendo esperado por muitas pessoas há meses. O jornal em que você trabalha, inclusive, montou um amplo esquema de cobertura, isso porque é dia de eleições para o Governo do Estado, bem como para a Presidência da República.

Mais uma vez, é bem difícil que alguém discorde da noticiabilidade de uma eleição e do seu resultado. Mas, repetindo nossa tarefa, vamos explicar por que é tão necessário que esse acontecimento seja transformado em notícia.

Outra vez, a categoria **impacto** tem uma importante participação na noticiabilidade desse acontecimento. Uma eleição necessariamente causa um impacto para uma grande **quantidade de pessoas**, além de estar relacionada ao **interesse da nação**. Nesse caso, a categoria conflito também é essencial. A eleição é, antes de tudo, uma **disputa**, que envolve a **rivalidade** entre pessoas, grupos e **ideias**.

Outra categoria que você deve ter notado é a **proeminência**. Uma notícia sobre o resultado de uma eleição não tem como personagem um cidadão comum, mas pessoas que se encontram em posição de destaque na sociedade e que são

amplamente conhecidas. Nesse caso, falamos ainda de **líderes governamentais** e da **notoriedade** que carregam, ou seja, da popularidade dessas pessoas que concorrem para ocupar importantes cargos na administração do país ou do estado.

Nesses dois últimos casos, simplificamos para você, apresentando situações que eram muito facilmente identificadas como notícia. Agora vamos complicar um pouco. O nosso terceiro exemplo não é sobre um acontecimento que se passou, mas sobre o anúncio de que algo vai acontecer. Narrando dessa forma, já se inicia uma suspeita, mas a verdade é que muitas notícias são produzidas a partir do aviso de que algo acontecerá.

Chegou ao seu conhecimento a informação de que um cantor, não muito famoso, mas apreciado por alguns, marcou um *show* na sua cidade. Diante disso, você se pergunta se deveria ou não produzir uma notícia sobre esse anúncio. Como fator positivo, a favor da publicação, está o fato de que a notícia poderia avisar as pessoas sobre a existência do evento, permitindo que elas se preparassem para comparecer. Por outro lado, você sabe que existem outras ferramentas de divulgação e que a notícia deve se dedicar mais a informar do que a divulgar. Na dúvida, vamos ver o que nos diz o quadro de referência.

Diferentemente dos acontecimentos anteriores, este não aciona muitos valores-notícia. O anúncio do *show* não movimenta categorias como impacto, surpresa, conflito ou descoberta. Apenas na proeminência e no interesse humano é que é possível encontrar valores-notícia que se apliquem. A respeito do interesse humano, poderíamos decidir publicar a notícia por ela se enquadrar no **valor-notícia entretenimento**, não pelo anúncio em si, mas pelo que o *show* pode proporcionar. Quanto à proeminência, por sua vez, há o fato de o cantor em questão ser pelo menos um pouco **famoso**. Produzir ou não produzir a notícia, nesse caso, dependerá de outras questões além do acontecimento. Veremos, adiante, que é bem comum que outros elementos, além dos valores-notícia, orientem os jornalistas sobre a escolha ou o descarte de acontecimentos.

Por ora, é importante lembrar que os valores-notícia são auxiliares bem práticos, são versáteis e diretos, facilitando bastante a tarefa dos jornalistas de corresponder às exigências da Dona Notícia. O quadro de valores que apresentamos anteriormente foi inspirado em listagens de diversos autores, mas isso não quer dizer que todos os repórteres e jornalistas se guiem por uma lista semelhante a essa, ainda que as definições do que deve ser selecionado não se alte-

rem muito.

Na verdade, os jornalistas não costumam portar listas de valores-notícia. Os saberes, como esses da lista, costumam ficar armazenados diretamente na cabeça dos profissionais, tendo sido aprendidos na faculdade, quando estudaram a profissão, e no cotidiano da prática, a partir da observação dos colegas mais experientes.

De uma forma ou de outra, a aplicação dos valores-notícia é sempre aberta à diversidade dos fatos. Diferentes acontecimentos podem acionar diferentes valores-notícia, e a quantidade e intensidade deles também se altera. Quanto mais valores-notícia um fato acionar, ou seja, quanto mais atributos estiverem envolvidos no acontecimento, mais relevante ele tenderá a ser considerado e mais inevitável será que ele seja transformado em notícia.

Pensando nos dois primeiros acontecimentos que analisamos, podemos concordar que, por mais que um jornalista desejasse, não seria possível deixar de produzir notícias sobre. Eles eram, portanto, inevitavelmente relevantes. Já no terceiro caso, o veículo ou o jornalista poderiam optar por não transformar o anúncio em notícia, uma vez que nesse caso a relevância é consideravelmente menor. Assim, fica evidente que os acontecimentos não são simplesmente noticiáveis ou não noticiáveis,

relevantes ou não relevantes, mas há diversos graus de relevância.

Mas, mesmo diante de todos esses novos saberes, algumas dúvidas ainda não foram supridas. Aprendemos, por exemplo, (1) que nem tudo interessa aos jornalistas; (2) que nem todos os acontecimentos possuem os atributos necessários para serem transformados em notícia; (3) que os valores-notícia auxiliam o jornalista nessa diferenciação, ou seja, ajudam a separar o que interessa para a produção de notícias e o que pode ser considerado; e (4) que a relevância pode atingir diferentes graus.

O que ainda não sabemos é de onde vem essa definição primeira do que é ou não importante. Será que ela sempre existiu ou foi criada junto com o desenvolvimento do jornalismo? Em outras palavras, queremos conhecer melhor os gostos da Dona Notícia, queremos compreender por que essa senhorinha se interessa por algumas coisas, e não por outras.

O caminho que vamos percorrer nessa nova jornada é bastante histórico. Como Dona Notícia não gosta muito de falar sobre ela, mas, sim, sobre os outros, vamos precisar investigar sua trajetória e suas influências. A partir de agora, vamos explorar antepassados da notícia, a fim de entender seus gostos a partir das suas origens.



Os mais pesquisados em 2015, segundo o Google

Você já parou para pensar na importância dos serviços de busca? Eles possuem a tecnologia para organizar uma enorme quantidade de conteúdo, em texto, imagem, som, e colocá-lo em nossas mãos em um simples clique. A tecnologia também permite que essas empresas monitorem o que estamos buscando, ou seja, o que é mais interessante para nós.

Na matéria citada a seguir, o *El País* menciona a lista de assuntos mais pesquisados no ano de 2015, criada pela empresa Google, indicando o que despertou maior interesse dos leitores. Entre os fatos mencionados, estão:

- Casos de corrupção envolvendo a empresa Petrobras (o mais buscado).
- A crise econômica que se instalava no País.
- O desastre ambiental em Mariana (que mencionamos anteriormente).
- A campanha #MeuPrimeiroAssédio, ocorrida nas redes sociais em resposta a mensagens de pedofilia dirigidas a uma menina de 12 anos que participava de um *reality show*.
- Um atentado terrorista ocorrido em Paris, uma tragédia que impactou o mundo.
- O lançamento do Episódio 7 da saga *Star Wars*, previsto para dezembro daquele ano.

Se pararmos para pesquisar detalhadamente cada um desses temas, perceberemos que eles apresentam uma lista riquíssima de valores-notícia, embora de naturezas muito distintas: a lista envolve desde tragédias até entretenimento, passando pelo ativismo em rede. Seriam os serviços de busca um termômetro dos valores-notícia do nosso tempo?



Escaneie o QR CODE

EL PAÍS

TECNOLOGIA

RETROSPECTIVA

O que foi 2015 para os brasileiros segundo as pesquisas no Google

O buscador divulgou sua lista anual dos assuntos mais pesquisados pelos usuários. Assim foi como o EL PAÍS te contou cada um deles



ISABELA FERREIRA
SPERANDIO

25 DEZ 2015 - 17:19 BRST

Acaba, 2015! Este tem sido um dos bordões das **redes sociais** nas últimas semanas. A exaustão dos usuários de internet é um reflexo de 12 meses intensos, de muitas notícias, informações e também tragédias humanitárias e ambientais que marcaram o ano.



1. (UFMG – adaptada) Observe esta imagem:



Imagine-se no papel de um repórter que comparece ao local onde ocorreu a cena retratada nessa imagem.

Redija um texto para o jornal em que você trabalha **noticiando** o fato e destacando os elementos que fazem com que esse acontecimento deva ser transformado em notícia. Dê um título à sua produção.

2. A imagem abaixo expõe um material jornalístico publicado por um jornal da cidade de São Paulo a respeito de uma possível epidemia de zika vírus. Repita os exercícios realizados durante este capítulo e analise a noticiabilidade dessa ocorrência, utilizando, como parâmetro, os **valores-notícia** dispostos no quadro de referência.

metrô 10 BRASIL PORTO ALEGRE, SEXTA-FEIRA, 4 DE DEZEMBRO DE 2015 www.metrogspaul.com.br

País pode ter epidemia de zika no verão

Saúde. Período chuvoso deve espalhar o surto atualmente centralizado no Nordeste. Brasil não está preparado para conter avanço do mosquito

FORMA CONFIRMADA DE CONTATO PELO ZIKA VÍRUS

Picada da fêmea do mosquito *Aedes Aegypti*, o mesmo que transmite a dengue e a febre chikungunya. É impossível saber quais mosquitos carregam o vírus, por isso, todos os focos devem ser combatidos.

FORMAS AINDA EM ESTUDO DE CONTATO PELO ZIKA VÍRUS

- Pelo sêmen
- Por transfusão de sangue infectado
- Pelo leite materno de mulheres infectadas

PRECAUÇÕES INDICADAS PELO MINISTÉRIO DA SAÚDE

- Combater focos do mosquito, que deposita seus ovos em recipientes com água parada
- Usar repelentes de insetos aprovados pela Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária)
- Usar calças e roupas de mangas compridas, que escondam a pele
- Seguir o pré-natal e relatar aos profissionais de saúde qualquer alteração no quadro clínico

DIAGNÓSTICO FAIHO

De acordo com um estudo feito anualmente, o IIRAA (levantamento Rápido de Índices para *Aedes aegypti*), há 199 cidades de 14 Estados correndo o risco de surtos das doenças transmitidas pelo mosquito, por suas larvas terem sido encontradas em mais de 4% das casas visitadas. A confiabilidade do índice, porém, depende da colaboração das cidades, responsáveis por mandar os dados. De acordo com o Ministério da Saúde, porém, apenas entre as capitais, não foram feitos: Macapá, Manaus, Macaré, Natal, Salvador, Vitória, Goiânia, Florianópolis e Porto Alegre. Das 5.570 cidades do país, apenas 1.792 enviaram dados.

A escalada nos casos de dengue é outro sinal da gravidade da situação. Até 14 de novembro, 1,5 milhão de casos prováveis haviam sido registrados no país, um aumento de 170% em relação aos 555,4 mil casos do mesmo período do ano passado.

"Haverá epidemia e o IIRAA não é um instrumento confiável para medir o perigo", critica o professor Álvaro Eiras, da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), especialista em comportamento do *Aedes aegypti*.

A preocupação é compartilhada pelas Organizações Mundial e Pan-Americana de Saúde, que divulgaram alertas para o monitoramento do zika vírus na América do Sul e no Caribe. "O zika vírus pegou o Brasil, mas não é um instrumento confiável para medir o perigo", reforça o epidemiologista Marcos Obara, da Unif (Universidade de Brasília).

"O que mais falta é ensinar a população a participar efetivamente da luta contra o mosquito, eliminando criadouros. Não se investe o suficiente em educação e é isso que precisa mudar", sugere ele.

RAPHAEL VILELA
DE PORTO ALEGRE



Escaneie o QR CODE a seguir para ler a notícia na íntegra.



3.

Dario vinha apressado, guarda-chuva no braço esquerdo e, assim que dobrou a esquina, diminuiu o passo até parar, encostando-se à parede de uma casa. Por ela escorregando, sentou-se na calçada, ainda úmida da chuva, e descansou na pedra o cachimbo.

Dois ou três passantes rodearam-no e indagaram se não se sentia bem. Dario abriu a boca, moveu os lábios, não se ouviu resposta. O senhor gordo, de branco, sugeriu que devia sofrer de ataque.

TREVISAN, D. Uma vela para Dario. Cemitério de Elefantes. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964 (adaptado).

No texto, um acontecimento é narrado em linguagem literária. Esse mesmo fato, se relatado em versão jornalística, com características de notícia, seria identificado em:

- a) Aí, amigo, fui diminuindo o passo e tentei me apoiar no guarda-chuva... mas não deu. Encostei na parede e fui escorregando. Foi mal, cara! Perdi os sentidos ali mesmo. Um povo que passava falou comigo e tentou me socorrer. E eu, ali, estatelado, sem conseguir falar nada! Cruzes! Que mal!
- b) O representante comercial Dario Ferreira, 43 anos, não resistiu e caiu na calçada da Rua da Abolição, quase esquina com a Padre Vieira, no centro da cidade, ontem por volta do meio-dia. O homem ainda tentou apoiar-se no guarda-chuva que trazia, mas não conseguiu. Aos populares que tentaram socorrê-lo, não conseguiu dar qualquer informação.
- c) Eu logo vi que podia se tratar de um ataque. Eu vinha logo atrás. O homem, todo apumado, de guarda-chuva no braço e cachimbo na boca, dobrou a esquina e foi diminuindo o passo até se sentar no chão da calçada. Algumas pessoas que passavam pararam para ajudar, mas ele nem conseguia falar.
- d) Vítima
Idade: entre 40 e 45 anos
Sexo: masculino
Cor: branca
Ocorrência: Encontrado desacordado na Rua da Abolição, quase esquina com Padre Vieira. Ambulância chamada às 12h34min por homem desconhecido. A caminho.
- e) Pronto-socorro? Por favor, tem um homem caído na calçada da Rua da Abolição, quase esquina com a Padre Vieira. Ele parece desmaiado. Tem um grupo de pessoas em volta dele. Mas parece que ninguém aqui pode ajudar. Ele precisa de uma ambulância rápido. Por favor, venham logo!

4. (Enem) É água que não acaba mais

Dados preliminares divulgados por pesquisadores da Universidade Federal do Pará (UFPA) apontaram o **Aquífero** Alter do Chão como o maior depósito de água potável do planeta. Com volume estimado em 86.000 quilômetros cúbicos de água doce, a reserva subterrânea está localizada sob os estados do Amazonas, Pará e Amapá. Essa quantidade de água será suficiente para abastecer a população mundial durante 500 anos, diz Milton Matta, geólogo da UFPA. Em termos comparativos, Alter do Chão tem quase o dobro do volume de água do Aquífero Guaraní (com 45.000 quilômetros cúbicos). Até então, Guaraní era a maior reserva subterrânea do mundo, distribuída por Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai.

Época. Nº623. 26 abr. 2010.

Essa notícia, publicada em uma revista de grande circulação, apresenta resultados de uma pesquisa científica realizada por uma universidade brasileira. Nessa situação específica de comunicação, a função informativa da linguagem predomina, porque o autor do texto prioriza:

- a) as suas opiniões, baseadas em fatos.
- b) os aspectos objetivos e precisos.
- c) os elementos de persuasão do leitor.
- d) os elementos estéticos na construção do texto.
- e) os aspectos subjetivos da mencionada pesquisa.

5. As notícias se interessam pelas novidades, por acontecimentos que acabaram de acontecer ou que acabaram de ser descobertos. Mas não basta se ligar à atualidade para ser do interesse das notícias. Alguns acontecimentos, mesmo que muito atuais, não aparecem nos jornais. Isso ocorre porque os jornalistas, assim como as outras pessoas, percebem o mundo a partir de alguns valores que separam o que é importante do que não é. Os valores-notícia são critérios que auxiliam os jornalistas nessa separação. Sobre eles, podemos afirmar:

- a) Os valores-notícia são utilizados e dominados exclusivamente pelos jornalistas, de forma que pessoas fora dessa área de atuação não conseguem compreender esses critérios.
- b) Ainda que os valores-notícia possam ser compreendidos por todas as pessoas, não só pelos jornalistas, seu uso interessa apenas aos profissionais das notícias, pois são eles que as produzem.
- c) Quanto à história, os valores que ajudam a selecionar o que será transformado em notícia são recentes, passando a existir quando a Internet começou a oferecer espaços ilimitados para os produtores da informação.
- d) De maneira geral, todos os jornalistas profissionais são orientados por uma lista padronizada de valores-notícia, que recebem durante a formação profissional.
- e) Os valores-notícia são especialmente úteis por simplificar o trabalho dos jornalistas, apresentando de antemão o que deve ser priorizado para a produção das notícias, mesmo diante de uma grande variedade de temas.

6. Analise as seguintes notícias.

/ notícias

02/11/09 - 16h43 - Atualizado em 02/11/09 - 17h03

Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde

O cantor e compositor desfilou de bermuda, camiseta e chinelos pelas ruas do Leblon, Zona Sul do Rio

De EGO, no Rio

Tamanho da letra
A- A+

Na tarde de sol desta segunda-feira, 2, o cantor e compositor **Chico Buarque** trocou a sua tradicional caminhada pela orla do Leblon, na Zona Sul do Rio, por uma ida até a padaria perto de sua casa. Chico comprou duas baguetes para o lanchinho da tarde.



Cultura

10/06/2015 às 13h32 - Atualizada em 10/06/2015 às 13h40

"Chico Buarque compra baguetes": internautas brincam e fazem paródia

Notícia foi publicada nas redes sociais

Notícia 1: **Chico Buarque compra baguetes para o lanche da tarde** O cantor e compositor desfilou de bermuda, camiseta e chinelos pelas ruas do Leblon, Zona Sul do Rio (Portal *Ego*)

Notícia 2: **"Chico Buarque compra baguetes": internautas brincam e fazem paródias** "Entrou na padaria como se fosse a única", "Andou na fila do pão com seu passo tímido" [...] Foram alguns dos comentários da inusitada notícia, que ainda descrevia a roupa de Chico Buarque. (*Jornal do Brasil*)



Escaneie o QR CODE

Na sua opinião, e com base no que você aprendeu sobre valor-notícia, por que a segunda notícia classifica a primeira como “inusitada”?

Um encontro com antepassados



Escaneie o QR CODE

As 7 publicações
impressas mais antigas
do Brasil e do mundo

Antes de começar, precisamos fazer um esclarecimento. Falamos, anteriormente, que Dona Notícia, aquela senhoriinha apressada que procuramos compreender, não costumava contar muito sobre si. Tudo isso é verdadeiro, o que precisamos esclarecer é que o silêncio da notícia sobre a sua história não se deve a má vontade ou a uma tentativa de reter informações. Por sua própria natureza, a notícia não se interessa por omitir informações, ela gosta mesmo é de divulgar e de levar

saberes ao máximo de pessoas possível.

A falta de contribuição se deve, nesse caso, a um verdadeiro desconhecimento. Com o tempo, a notícia foi perdendo o contato com alguns antepassados e se esquecendo deles. Assim, para provar que também está interessada em se compreender melhor, a Dona Notícia se ofereceu para nos acompanhar nessa nossa jornada em busca de explicações.

Iremos, portanto, nós e a notícia (caracterizada por esses

gostos que acabamos de conhecer), visitar outros períodos e outras sociedades, a fim de conhecer alguns antepassados e de aprender com eles. Viajaremos para períodos anteriores à invenção da prensa de tipos móveis de Gutenberg, bem como para antes da criação dos primeiros jornais impressos. Por isso, qualquer fenômeno parecido com a notícia que encontrarmos no nosso caminho já não poderá ser tido como **notícia-produto**, e sim como notícia-novidade.

Dissemos anteriormente que as novidades e a necessidade de transmiti-las ligam-se aos primórdios da humanidade, mas não iremos tão longe. A primeira parada da nossa viagem foi orientada pela história. Iremos para um período em que a escrita já tinha sido desenvolvida e em que já não era uma prática surpreendente, ainda que continuasse limitada a uma pequena parte da população.

Esse lugar, para onde vamos, também é caracterizado por possuir uma sociedade muito complexa, com amplo desenvolvimento social, político e econômico, sem mencionar o poderio militar, que garantiu a formação de um grandioso território. A sociedade à qual estamos chegando está localizada, historicamente, na Antiguidade Clássica e ficou conhecida como um dos maiores impérios de todos os tempos. Estamos falando de Roma, ou melhor, do

Império Romano.

No auge da sua expansão territorial, o Império Romano chegou a englobar grande parte da atual Europa, uma faixa do continente africano e ainda algumas porções da região atualmente conhecida como Oriente Médio. Era um império realmente grandioso, o que era motivo de muito orgulho para alguns romanos — muitos acreditavam que esse domínio jamais teria fim — mas também implicava muito trabalho.

Imagine a dificuldade do imperador de Roma para garantir que a sua autoridade e as suas decisões fossem cumpridas em todos esses espaços, uma vez que ele não poderia estar em mais de um lugar ao mesmo tempo. Considere ainda que, mesmo vivendo em viagem, ele não teria acesso aos rápidos transportes de hoje, mas dependeria de transportes de tração animal para se deslocar por esse imenso território.

Ele precisava que seus comandos chegassem aos extremos do território, mas como garantir isso?

A necessidade de manter unidos os territórios conquistados e de assegurar a autoridade do imperador e dos comandantes fez com que, durante o Império Romano, fosse desenvolvido um complexo sistema de comunicação. Por meio de instrumentos de comunicação, os comandantes conseguiam não só expandir o alcance das suas vozes, mas também fazer com que sua autoridade estivesse em vários lugares ao mesmo tempo.

Não por acaso, é em Roma que vamos encontrar a primeira antepassada formal das notícias atuais, as **actas romanas**. Essas *actas* eram de vários tipos, algumas sigilosas, outras restritas a alguns setores, e outras, ainda, eram expostas para toda a população. Para nós, interessam estas últimas, chamadas de *Acta Populi* ou *Acta Diurna*.



Mohd KhairilX/Shutterstock.com

As *Actas Diurnas* são importantes para nós por dois principais motivos. O primeiro deles já foi exposto: elas eram oferecidas para toda a população, assim como as notícias de hoje. Além disso, interessa-nos o assunto de que tratavam: elas se dedicavam a registrar os acontecimentos mais relevantes da vida na cidade e no Império.

Para serem lidas, as *Actas Diurnas* eram afixadas durante alguns dias em espaços públicos onde ocorresse uma grande circulação de pessoas. Depois desse período, algumas delas eram retiradas, encadernadas e arquivadas. Esse processo também acontece hoje, com os jornais impressos, que podem ser consultados em arquivos públicos. Agora que já sabemos um pouco sobre essa bisavó da notícia, podemos começar a investigar os seus gostos, isto é, precisamos saber o que era considerado interessante para ser divulgado nelas.

Segundo alguns historiadores e comunicadores interessados nos primórdios do jornalismo, essas produções se voltavam para os acontecimentos e as pessoas que eram consideradas ilustres, uma vez que queriam ser lembradas por isso. Mais detalhadamente, os conteúdos de maior interesse incluíam decretos de imperadores e senadores; nascimentos, casamentos e mortes, envolvendo personalidades notáveis; reuniões e atos

públicos envolvendo o imperador e outros magistrados; batalhas travadas pelas legiões romanas; eleições e nomeações para cargos públicos; combate de gladiadores; além de descrições de julgamentos e de uma lista dos executados.

Ao retratar essas informações, as *Actas Diurnas* também serviam para criar um sentimento de identidade e lealdade entre os romanos e outros habitantes do império, tarefa tão importante que fez com que elas persistissem por quase 400 anos, tendo sido extintas quando a sede imperial foi transferida para Constantinopla, em 330 d.C. Diante do conhecimento do que interessava a essa bisavó da notícia, você já pode começar a se questionar sobre as semelhanças e diferenças entre elas e os produtos jornalísticos de hoje, mas, antes de nos dedicarmos totalmente a essa comparação, é preciso conhecer outros antepassados e aprender sobre eles.

Segundo, iremos encontrar tias-avós da notícia na sociedade que se organizou após a queda do Império Romano, isto é, na sociedade feudal. Depois de guardar algumas lembranças da visita às *Actas Diurnas*, nós e a Dona Notícia chegamos a uma realidade diferente da urbanização romana e do amplo território do império. Na Idade Média, encontraremos a maior parte da população vivendo no

meio rural e em territórios bem menores, uma vez que a vida política, social e econômica se limitava a cada um dos feudos.

A nova realidade não agradou muito a Dona Notícia. Diferentemente do que acontecia no Império Romano, em que sua ancestral era bastante famosa e valorizada, sendo procurada por todos, na Idade Média havia uma demanda menor por informações e, por isso, uma importância menor era atribuída a esses recursos comunicativos.

Tentamos explicar que a diminuição dos núcleos sociais e dos territórios reduzia apenas a atuação de instrumentos formais de divulgação dos acontecimentos, mas que, mesmo assim, as novidades continuavam circulando, de maneira mais informal, entre as pessoas. Apesar disso, a senhorinha estava irreduzível, só se acalmando depois de conhecer os parentes que tinha naquela sociedade.

No período medieval, encontramos crônicas, relatos de viagem e cartas informativas, formatos que, graças ao estilo, à forma de narrar e ao interesse pela visão do autor, **aproximam-se** mais das reportagens e das crônicas atuais do que das notícias. Mesmo diferentes, esses três formatos também precisavam de critérios para selecionar o que era ou não interessante discutir, de forma que podemos continuar com as nossas comparações.

Nas **crônicas**, eram registrados principalmente acontecimentos envolvendo nobres e monarcas, divergindo de cronista para cronista se o foco estaria na descrição do acontecimento ou no engrandecimento da figura dos senhores retratados. Elas também podiam se referir à morte ou ao crime, mas, em geral, só o faziam se eles estivessem relacionados a membros da nobreza. Mais raramente, nas crônicas medievais, também podiam surgir referências a assuntos menos nobres e mais cotidianos.

Nas **cartas**, eram transmitidas novidades e acontecimentos recentes envolvendo a vida do feudo. Elas podiam ser enviadas tanto para alguém do mesmo feudo quanto para de outro. Produzidas, muitas vezes, por monges e outros membros do clero, as cartas não só relatavam os acontecimentos, mas costumavam analisá-los, aplicando a moral religiosa daquela época. Por isso, muitas vezes interessava às cartas o que, aos olhos dos seus autores, parecia um desrespeito às normas instituídas pela Igreja Católica.

Os **relatos de viagem**, como o nome bem diz, traziam descrições de terras distantes, certamente interessantes para pessoas que podiam passar toda a vida sem sequer ter ido além do feudo em que viviam. O mais conhecido relato de viagem da época é o de Marco Polo, um mercador e explorador veneziano que descreveu as diversidades e maravi-

lhas da China para os europeus. Nos relatos, era de interesse dos viajantes o que era diferente da vida com que estavam acostumados. Assim, os relatos traziam a descrição de povos, costumes, lugares e animais, descrições que muitas vezes se misturavam com o espanto que costumamos experimentar sempre que estamos diante de algo desconhecido, além de uma boa porção de exagero.

Depois de saber um pouco mais sobre essas duas tias-avós, as cartas e as crônicas, e sobre o tio-avô, o relato de viagem, podemos seguir viagem, para conhecer o antepassado mais próximo e mais parecido com as notícias atuais. Vamos encontrar a mãe das notícias no período Renascentista, prolongando-se pela Idade Moderna.

Deixando a Idade Média entristecida, pela redução da importância que presenciou no cotidiano dos seus antepassados, Dona Notícia seguiu viagem, ainda reclamando do baixo alcance das informações que circulavam pelo período. Felizmente para nós e para a **autoestima** da Dona Notícia, o período seguinte trazia uma realidade bem diferente.

O comércio, que se intensificou no final da Idade Média, bem como a insuficiência do modo de vida feudal, voltou a conduzir a população para as cidades, nas quais se desenvolveria o capitalismo moderno. Durante o Renascimento, também foram instituídas as primeiras universidades,



Se antes a notícia levava certo tempo para chegar aos mais diversos locais, hoje ela pode estar nas mãos do leitor em segundos. Graças à Internet, é possível acessar as últimas notícias em tempo real e de qualquer lugar do mundo.

foi desenvolvida a indústria do papel e apareceram correntes que questionavam, a partir de textos e argumentos, a doutrina da Igreja Católica. Era um tempo de mudança, em que a escrita começava a adquirir uma importância nunca alcançada.

Nesse período, as crônicas e as cartas continuaram existindo, ainda que com características distintas. Deve-se destacar a existência dos almanaques populares, que eram livretos produzidos pelas primeiras tipografias com informações sobre agricultura, dias festivos, conselhos sobre a vida cotidiana, dentre outros.

Encontrar todos esses tios e tias foi um grande consolo para Dona Notícia: a partir desse momento, ela conseguiu perceber como surgiram estruturas que no futuro fariam parte do seu cotidiano. As características da sociedade renascentista e os avanços tecnológicos faziam a nossa companheira de viagem sentir que a sua história estava para começar.

A impressão da Dona Notícia não estava errada e se tornou muito mais evidente ao encontrar o seu familiar mais próximo, a **folha volante**. Esse antepassado recebeu esse nome porque costumava ser composto de apenas uma folha, que circulava entre as pessoas, passando de mão em mão. Em alguns casos, as folhas volantes podiam ganhar mais páginas, a

dependendo do assunto, mas, ainda assim, elas tendiam a trazer apenas uma notícia-novidade.

Quanto à forma de fixação das informações, as folhas volantes podiam ser tanto impressas quanto manuscritas. Isso porque, diante de uma folha volante que parecesse muito importante, uma pessoa poderia recopiar a informação e fazer circular não só a que chegou ao seu conhecimento, como também cópias delas, a fim de aumentar o alcance e o conhecimento daquela novidade.

As folhas volantes mais antigas que foram encontradas estavam na região que hoje conhecemos como Itália, na Bolonha, em 1470. Já as últimas perduraram até o século XIX, convivendo com os primeiros jornais e com as primeiras notícias. O que caracterizava folhas volantes, além de se limitarem a tratar de um só conteúdo, é que elas não eram publicadas com regularidade, ou seja, não eram edições fixas, com títulos de identificação e períodos determinados para serem lançadas novas edições. Dessa forma, as folhas volantes também podiam ser chamadas de **folhas ocasionais**.

Normalmente, as folhas volantes surgiam como iniciativas particulares, diante da necessidade de fazer uma informação se disseminar, desaparecendo depois disso. Ao mesmo tempo, surgiam outras iniciativas e diferentes folhas volantes, tratando

de outros assuntos.

A preocupação com a disseminação da informação já era tão grande que algumas folhas volantes traziam notícias-novidades traduzidas para outros idiomas. Essa tradução não só tornava possível saber o que se passava em regiões de idiomas distintos, como também ajudava a gerar uma consciência ampliada, por deixar claro que os fatos poderiam gerar **consequências** tanto nos espaços em que ocorriam como em outros, distantes. Para alguns estudiosos, essa percepção começa a formar e ampliar uma consciência continental, ou seja, criar entre os povos a noção de que pertenciam a um mesmo continente.

Não era só quem produzia ou recopiava as folhas volantes que percebia a sua importância. Na época, era comum pessoas que não sabiam ler pagarem para ouvir o que diziam esses informativos. Essa prática perdurou por alguns séculos, uma vez que as técnicas de impressão e disseminação, bem como a percepção da importância das informações, avançaram muito mais rápido que o combate ao analfabetismo.

Essa disponibilidade para pagar pelas notícias conduziu a duas percepções importantes para o futuro do jornalismo. Primeiro, tornou-se claro que as pessoas precisavam e queriam informações regulares. Segundo,

também tornou-se evidente que as informações, assim como outros serviços e recursos, podiam ser comercializadas. Não demorou para que essas percepções fizessem surgir os primeiros jornais.

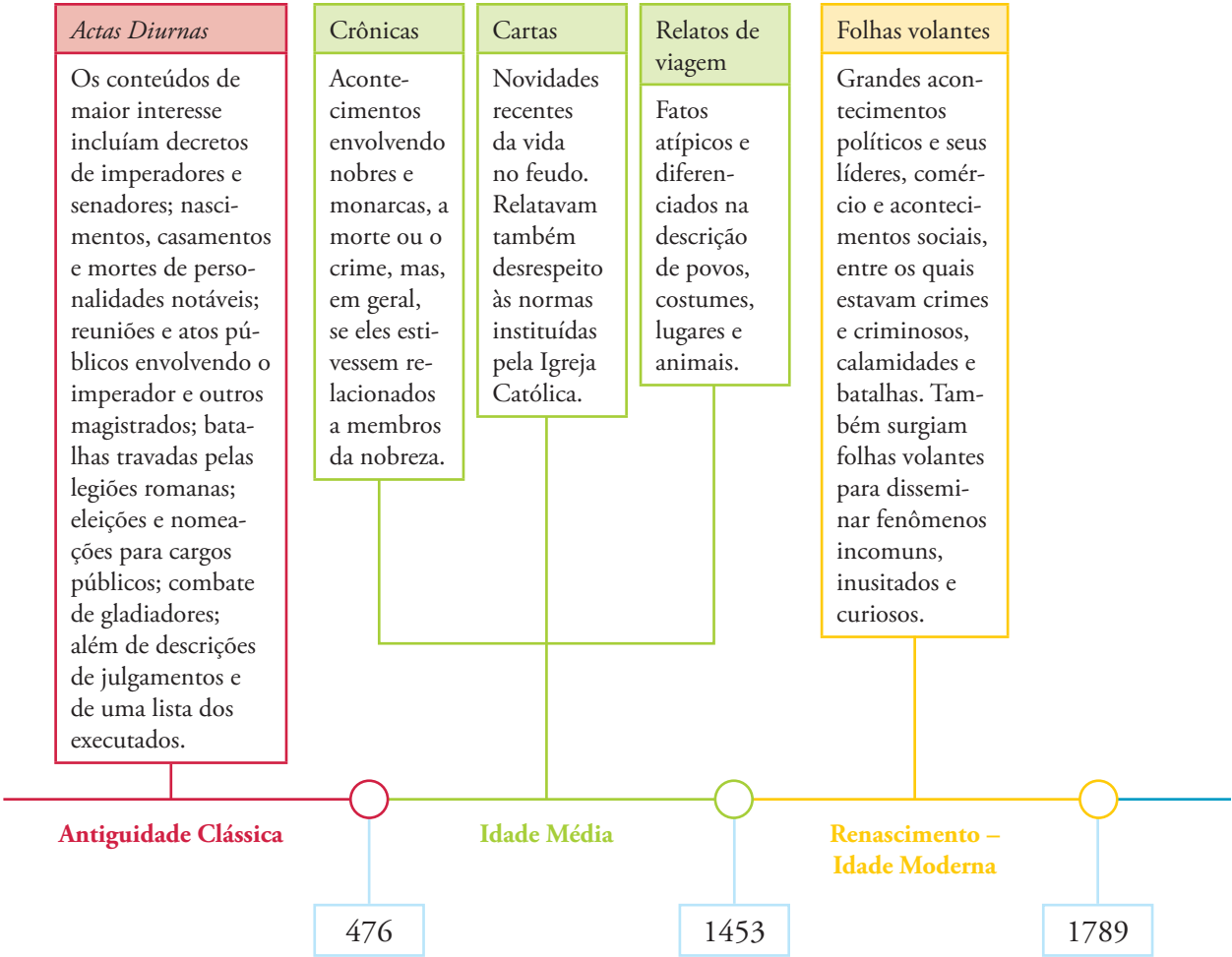
Todo esse percurso é muito interessante, mas para nós ainda falta saber o que era publicado ou copiado nas folhas volantes. Precisamos saber o que era divulgado, a fim de entender melhor tanto a atitude dos que copiavam e redistribuíam as folhas quanto a dos que pagavam para saber o que aparecia nelas.

As diversas folhas volantes que circularam pela Europa trataram de uma grande variedade de temas. Interessava a elas informar sobre grandes acontecimentos políticos e seus líderes, comércio e acontecimentos sociais, entre os quais estavam crimes e criminosos, calamidades e batalhas. Também surgiam folhas volantes para disseminar

fenômenos incomuns, inusitados e curiosos.

Analisando os temas de interesse das folhas volantes, o pesquisador português Jorge Pedro Sousa afirmou que as notícias contidas nelas, aqui enquadradas como notícias-novidades, já obedeciam a critérios idênticos aos contemporâneos, o que se justifica, segundo ele, pela natureza cultural e histórica dos valores-notícia.

A análise desse pesquisador, juntamente ao que aprendemos nas visitas aos antepassados da Dona Notícia, deixa-nos diante de um considerável avanço. Passamos a poder afirmar que os gostos da nossa senhorinha exigente não são impossíveis de ser explicados. Se voltarmos para esses antepassados e focalizarmos o que interessava a eles, encontraremos semelhanças não só entre cada um dos formatos, mas também entre eles e a notícia atual.



Note que, em todos os formatos de divulgação de informações, interessava o que dizia respeito a pessoas consideradas notórias, isto é, pessoas em destaque social, fossem elas o imperador e os comandantes romanos, a nobreza ou os líderes políticos. Foram consideradas importantes por esses três formatos as pessoas com autoridade para comandar, julgar e criar leis, que se impusessem sobre as outras pessoas. Perceba que também interessavam acontecimentos que envolvessem a sociedade, ou seja, que fossem capazes de impactar a vida de muitos.

Nos três períodos, também percebemos interesse pelo que fosse na direção contrária à normalidade ou à ordem estabelecida, como podemos observar no destaque dado aos crimes e julgamentos, bem como às calamidades e ao desrespeito às normas. Ainda nesse sentido, de se interessar pelo que é diferente do habitual, todos os tipos de publicação voltaram-se também ao que rompia a normalidade de maneira a entreter, como no combate dos gladiadores, na descrição de realidades diferentes e no destaque ao inusitado e curioso.

Depois de percebermos essas semelhanças entre o que interessava nesses três períodos, podemos agora comparar o interesse dos antepassados da Dona Notícia com os dela. A nossa tabela de valores-notícia de referência nos dá material para perceber que, assim como seus antepassados, as notícias atuais também se interessam por sujeitos proeminentes, situações que destoem da normalidade, ocorrências que impactem muitas pessoas ou toda a nação e ainda por acontecimentos curiosos e com teor de entretenimento.

Ainda que os critérios de cada período carreguem as suas particularidades, é fácil perceber semelhanças e manutenções. Essas repetições do que é considerado interessante nos mostram que

o gosto da Dona Notícia não diz respeito apenas a ela, mas se relaciona com formas de compreender a importância dos acontecimentos que vieram antes dela.

Concordando com o pesquisador Jorge Pedro Sousa, também percebemos que os **valores-notícia** têm uma natureza histórica e cultural. Assim, os valores-notícia que orientam a seleção das notícias hoje são herdeiros de concepções históricas e sociais do que é considerado válido e importante. Por mais que as notícias continuem se interessando exclusivamente pelo que é atual, sua maneira de fazer isso é mais antiga do que a nossa sociedade.

Dona Notícia saiu satisfeita da nossa pequena jornada de visitas; segundo ela, estava conectada com o próprio passado. Agora não só faz as suas exigências, mas compreende que elas também têm história, ou seja, que os gostos são representantes de uma tradição. Ela sentiu que compreendia melhor a si mesma.

Ainda que estivéssemos muito felizes com a alegria da nossa amiga, mais algumas questões tornaram-se necessárias: tudo bem que existem razões históricas para os seus gostos, mas de onde eles vieram, antes de aparecerem nas *Actas Diurnas*? Ou, melhor, o que pode explicar o surgimento e a manutenção desses gostos? E, ainda, o que torna alguma coisa relevante a ponto de entendermos que ela deve ser ressaltada, e não esquecida?

Mais e mais perguntas, e a Dona Notícia não se deixa abater, nem mesmo se chateia. Ela aprendeu, ao longo da viagem anterior, que é bom estar em busca de informações sobre o mundo a nossa volta, pois elas nos dirão muito sobre nós mesmos. Assim, seguiremos para mais uma jornada, desta vez em busca de explicações para a origem dos gostos, antes de terem se tornado história. Passaremos a investigar a essência dos nossos pensamentos.



1. Na atualidade, conhecemos as notícias como um produto do processo de produção jornalística, isto é, como algo que foi produzido por jornalistas no decorrer do seu trabalho. Entretanto, o termo *notícia* pode ser utilizado ainda em outro sentido. Sobre essa temática, responda aos itens abaixo:

a) Diferencie notícia como produto e notícia como novidade, destacando quem as produz.

b) Indique qual das duas notícias pode ser considerada mais velha e justifique sua resposta.

c) Explique a relação de “parentesco” entre as notícias como produto e as notícias como novidade.

2. O Império Romano pode ser caracterizado como um domínio de grande esplendor. Durante esse período, as dimensões territoriais chegaram a proporções gigantescas, fazendo com que fosse difícil organizar e manter tudo sob o comando de um único imperador, mesmo que ele comandasse uma série de generais. Para se fazer a autoridade do imperador estar presente mesmo nos lugares em que ele não estava, os romanos desenvolveram um conjunto de recursos comunicativos. Um conjunto de informes, ou atas, era responsável por informar e comandar não só os membros das legiões romanas, mas também a população. Entre esses recursos informativos, estavam as *Actas Diurnas*. Explique o que eram, a quem se destinavam e o que era informado nessas atas.

3. A necessidade de se comunicar faz parte do ser humano, mas as formas como as diversas sociedades executaram seus processos comunicativos diferem entre si. Sobre os processos e instrumentos comunicativos existentes no Império Romano e no período medieval, marque o que for **correto**.
- a) Como os comandos romanos eram responsáveis por territórios muito maiores do que os dos feudos, em Roma foi desenvolvido um complexo sistema de comunicação, ao passo que na Idade Média a comunicação era praticamente inexistente.
 - b) Na história da humanidade, a passagem do tempo sempre trouxe consigo avanços e desenvolvimentos. Com os processos comunicativos não é diferente, pois, na passagem da **cidade-Estado** romana para o período medieval, houve muitos avanços na forma de disseminar informações.
 - c) Existiam muitas diferenças nas formas predominantes de comunicar e de informar as populações no Império Romano e no período feudal, mas em ambas as sociedades os recursos comunicativos eram importantes para consolidar identidades e valores sociais.
 - d) O Império Romano demandava um complexo sistema de comunicação, a fim de coordenar os variados grupos sociais e territoriais que estavam sob o seu comando. As crônicas e as cartas eram formatos especialmente importantes para alcançar esse objetivo.
 - e) Ainda que os processos comunicativos desenvolvidos no período medieval não fossem tão sofisticados quanto os atuais, seria um erro afirmar que a comunicação não tinha importância nesse período. Os relatos de viagem, afixados em espaços públicos para serem lidos, são exemplos de como a comunicação entre os feudos era importante.

4. As folhas volantes, comuns no período renascentista, podem ser descritas como antecessoras dos primeiros jornais. Sobre as características dessas produções, sua circulação e seu conteúdo, marque o que for **correto**.

- a) As folhas volantes podem ser caracterizadas como os primeiros jornais, uma vez que, assim como as produções atuais, elas divulgavam regularmente informações de interesse da população.
- b) Uma semelhança importante entre as folhas volantes e os jornais impressos diz respeito à variedade de notícias e de temáticas que traziam a cada edição.
- c) O período de popularização das folhas volantes ocorreu após a invenção da prensa de tipos móveis do Ocidente. Por esse motivo, só participava da divulgação e distribuição das informações aqueles que tivessem uma tipografia aos seus serviços.
- d) Os conteúdos que interessavam às folhas volantes eram muito distintos dos que interessam aos jornais na atualidade, o que se deve à grande modificação dos valores-notícia.
- e) As folhas volantes surgiam de maneira espontânea na sociedade, isto é, não eram produzidas por comunicadores dedicados a isso, mas por pessoas que se viam diante de informações que acreditavam que deveriam divulgar.

5. Segundo o pesquisador Jorge Pedro Sousa, as folhas volantes prepararam um mercado consumidor e um público para o jornalismo industrializado. O autor faz essa afirmação, pois aquelas publicações eram bem acolhidas pela burguesia urbana, tanto que os analfabetos chegavam a pagar para que o conteúdo fosse lido para eles. Considerando essa atenção dada às notícias, analise as proposições.

- I) A disponibilidade de realizar pagamentos para se informar é uma característica do período, que não encontra correspondentes na atualidade.
- II) O pagamento para obter informações é um indício de que as pessoas compreendiam a importância de estar a par dos acontecimentos importantes para a região.
- III) Na atualidade, nem todas as informações consumidas são compradas diretamente, mas em todas as formas de produção de informações há modelos de financiamento, pelos quais se paga pela produção dos conteúdos e pelo trabalho dos jornalistas, por exemplo.
- IV) Atualmente, a publicidade é uma forma muito comum de pagar pela produção de notícias. Por conta dos anúncios, muitas vezes o público não precisa pagar diretamente pela informação, pois quem paga são grandes empresas, que compram espaços em páginas e no intervalo de programações com a finalidade de serem vistos pelo público que busca se informar ou entreter.

Assinale a alternativa **correta**:

- a) Todas as proposições estão corretas.
- b) Apenas a proposição II está correta.
- c) Está incorreta apenas a proposição IV.
- d) Estão corretas apenas as proposições II e III.
- e) Estão corretas as proposições II, III e IV.

Relevância social e a notícia

Até agora, a nossa curiosidade nos trouxe conhecimentos interessantes. Observando notícias e pensando sobre situações noticiáveis, aprendemos que não são apenas os jornalistas que conseguem separar o que é do que não é noticiável. Vimos também que existem critérios (não critérios únicos e fixos, mas saberes que ajudam a identificar o que é interessante) e que eles possuem antecedentes históricos. Nossa forma de entender o que é importante não é exclusivamente nossa, ela é influenciada pela história e pela sociedade.

Mesmo que todo esse conhecimento tenha nos levado adiante em relação ao nosso ponto de partida, ainda podemos ir além. O muito que aprendemos não nos esclareceu, por exemplo, o que torna algum acontecimento relevante. Então, é preciso fazer duas perguntas: o que faz com que algo seja pertinente? O que é relevante para mim é igualmente para você?

Para responder a essas perguntas, Dona Notícia arrumou as malas, pois estava pronta para fazer outras viagens no tempo e no espaço, tudo para obter mais conhecimento sobre suas práticas. Mas logo foi possível perceber que, desta vez, não seria preciso sair do lugar. Com o auxílio de alguns pensadores, passaremos a investigar a essência dos nossos pensamentos, de forma que as respostas poderão ser encontradas aqui mesmo, onde estamos.

Os primeiros estudiosos que nos ajudarão a entender o que faz com que algo seja relevante são dois estadunidenses: Dan Sperber e Deirdre Wilson. Eles desenvolveram uma teoria chamada **Teoria da Relevância**. Entre as suas várias ideias, os autores afirmam que a separação do que é ou não relevante não é só uma questão de gosto, mas, muito antes disso, uma questão de sobrevivência.

O que eles querem dizer é que todos nós, seres humanos, possuímos uma capacidade de separar o que é ou o que não é relevante e que essa capacidade foi essencial para que a nossa espécie sobrevivesse, afinal de contas não somos tão rápidos, tão fortes ou tão ferozes quanto outros animais. O que nós sabemos (e que é, segundo eles, nossa grande qualidade) é prestar mais atenção e nos dedicar mais ao que é relevante e menos ao que não é.

Assim, para eles, em primeiro lugar, a relevância está ligada à necessidade de sobreviver. Esta faz com que alguns acontecimentos sejam considerados relevantes por todos, sem grandes variações.

Pense na seguinte situação, você e seus colegas de classe estão em uma sala, aguardando pelo transporte escolar que os levaria para casa. Todos estão um pouco cansados, depois de um dia inteiro de atividades escolares. A maior parte pensa no que fará quando chegar em casa, alguns

conversam com os amigos mais próximos, mas todos, sem exceção, estão um tanto distraídos. Impaciente, você resolve ouvir um pouco de música para passar tempo, no entanto, percebendo que o celular está descarregado, procura um carregador e o conecta à primeira tomada que avista. Nesse momento, um estalo alto foi ouvido em toda a sala, o carregador ficou escuro e um cheiro de queimado se espalhou. Todas as atenções, antes voltadas para os interesses de cada um, direcionaram-se para a tomada.

Nenhum dos seus colegas, nem os que conversavam, nem os que planejavam o futuro próximo, muito menos você, deixaram de focar no pequeno acidente elétrico, alguns chegaram até a se levantar da cadeira em que estavam e se direcionar para a porta. Retomando a ideia dos nossos autores, podemos afirmar que, nessa situação, todos julgaram o acontecimento como relevante e direcionaram a atenção para ele por reconhecerem, quase que por instinto, que aquela situação poderia colocá-los em perigo.

Para clarear ainda mais, vamos pensar em outro exemplo. Desta vez, você já está voltando para casa, no carro da sua família, com a sua mãe, que dirige, e com seus dois irmãos, que estudam na mesma escola. Vocês todos estão concentrados discutindo um passeio em famí-

lia que farão no fim de semana, conversam sobre como aproveitarão a praia, as brincadeiras com os primos e as comidas que a sua avó sempre leva para esses encontros.

Estão todos atentos aos detalhes da viagem e todos julgam que planejá-la é relevante, mas, de uma hora para outra, ocorre um acidente entre dois carros que estavam bem à frente do de vocês. Por estar dirigindo muito atentamente, sua mãe consegue evitar que vocês se acidentem também, porém não é possível evitar o susto. Foi preciso desviar do acidente e sair da pista, além de ter de frear o carro bruscamente. Ao mesmo tempo, a batida entre os dois carros gerou gritos dos envolvidos, correria e muito barulho.

Não só vocês, mas todos os que passavam interromperam, momentaneamente, sua rotina para dar atenção ao acidente. Também essa situação se assemelha ao pensamento de Sperber e Wilson, de que consideraremos relevante, de imediato, qualquer ocorrência que pareça representar risco à vida ou ao nosso bem-estar. Em outras palavras, para eles, tudo o que é perigoso e que possa gerar dano é necessariamente relevante.

Nesse momento, Dona Notícia interrompe a explicação para compartilhar uma descoberta. Ela destaca, com razão, que os critérios que ajudam a separar o que deve e o que não

deve ser selecionado, mesmo aqueles anteriores à existência do jornalismo, costumam privilegiar acontecimentos ligados ao perigo. A morte, as situações de violência e o risco são temas que estão sempre entre os de maior interesse, seja para produzir as notícias, seja para produzir as ancestrais dela.

Você deve se lembrar do desastre ecológico de Mariana, em Minas Gerais, de que tratamos anteriormente. Diante dele, como dissemos, parecia óbvio que o assunto deveria se transformar em notícia. Além dos valores-notícia que identificamos antes, podemos relacionar a temática com questões de perigo e risco à sobrevivência, que explicam porque é tão inevitável considerar esse tema relevante.

Assim como os riscos de contaminação, as epidemias, as guerras ou os conflitos violentos são situações da atualidade que continuam sendo notícia inevitavelmente, uma vez que se relacionam com a necessidade de prestar atenção ao que pode ser perigoso, o que pode colocar a nossa vida ou a nossa saúde em risco. Da mesma forma, as tentativas de prevenir um perigo, como a descoberta de uma vacina, o fim de um conflito violento ou um controle de substâncias tóxicas vazadas, também são notícias inevitáveis, uma vez que continuam se relacionando com essa proteção à vida e com a necessidade de sermos cuidadosos.

Sabemos, por ora, com auxílio da Teoria da Relevância e da observação dos nossos próprios pensamentos, que aquilo que é perigoso é necessariamente relevante. Mas devemos admitir que, por mais que os riscos sejam imprevisíveis e possam nos atingir a qualquer momento, não é todo dia que a nossa vida entra em perigo. Na verdade, é comum que passemos muito tempo sem entrar em contato com uma situação efetiva de perigo e que grandes riscos sejam circunstâncias atípicas.

Nessas situações, a avaliação de relevância continua acontecendo, mas ela passa a se guiar por outros parâmetros, além da sobrevivência. Em todo caso, é interessante notar que, na nossa vida cotidiana, em que não há grandes riscos e perigos ocorrendo a cada instante, continuamos usando expressões como “Eu não vivo sem isso”, “Eu preciso disso para viver” ou “Como alguém consegue viver sem isso?” para falar de bens ou práticas muito banais, como um celular, uma comida favorita ou um programa de televisão que apreciamos.

Quando alguém diz que não vive sem celular, por exemplo, nós sabemos que esta não é uma afirmação literal, ou seja, não quer dizer que a pessoa vai realmente morrer se ficar sem o aparelho, mas, sim, que ela considera o celular como um objeto muito importante. Essas

expressões são indícios de que, na atualidade, passamos a chamar de essencial e necessário o que, na verdade, é apenas compatível com os nossos interesses particulares, a fim de reforçar a importância de algo para nós.

Note que agora paramos de falar de situações que atingem a todos e passamos a nos importar conosco, com os nossos gostos e particularidades. Nesse ponto, a relevância deixa de se referir a algo que atinge a todos igualmente (somos todos guiados por uma necessidade comum de sobreviver) e passa a incluir diferenças. Em situações em que não há ameaças à nossa sobrevivência, utilizamos avaliações de relevância particulares para priorizar o que é mais importante para nós, e essa prioridade pode ser diferente da dos outros.

Talvez essa afirmação lhe pareça óbvia, já que é bem visível que as pessoas têm gostos diferentes. O que algumas vezes é difícil de admitir é que as nossas preferências não são exclusivamente nossas. Quem pode nos ajudar a entender isso é o nosso segundo estudioso de referência, um sociólogo alemão chamado Alfred Schutz.

Quando afirma que as nossas preferências não são exclusivamente nossas, Schutz quer dizer que a sociedade influencia a formação dos nossos gostos. A verdade é que já falamos um pouco sobre isso na nossa viagem com Dona Notícia, quan-

do aprendemos que os gostos dela eram semelhantes aos dos seus antepassados.

Além dos nossos antepassados, como os nossos pais e os nossos avós, o mundo à nossa volta também nos influencia. Vamos às evidências. Se você gosta muito de esportes, é possível que entre as suas práticas favoritas estejam o futebol e o voleibol, por exemplo, e não é por acaso que esses são dois esportes especialmente populares no Brasil. Por outro lado, dificilmente o rúgbi ou o críquete estariam entre as suas modalidades favoritas ou entre aquelas em que você é mais habilidoso ou habilidosa. Na verdade, é até possível que você nem saiba que esportes são esses.

Antes de explicar aonde queremos chegar, vamos a outro exemplo. Pense agora em comidas que você considere muito gostosas. Talvez você goste muito de feijoada e ache que brigadeiro é um dos doces mais incríveis que existem. Se você concordar com isso, você será mais um entre muitos brasileiros que apreciam esses alimentos. Por sua vez, seria bastante surpreendente se você pensasse que uma comida deliciosa é o *kholodets*, um tipo de gelatina de carne e legumes.

Provavelmente você não só não listou o *kholodets* como uma das suas comidas favoritas, mas também achou muito estranho que alguém goste disso: “Onde

já se viu uma gelatina com carne?!”. A verdade, entretanto, é que o prato é muito popular na Rússia, onde talvez a nossa feijoada é que pareça um prato estranho.

O que queremos dizer com esses exemplos é que, mesmo sendo construídos por nós, os nossos gostos não estão desvinculados do mundo à nossa volta. Usando as palavras de Schutz, podemos dizer que nascemos em um mundo já organizado, que nos ensina muito. Quando nascemos, somos expostos a uma sociedade em que já existem definições, como o que é considerado uma comida gostosa, o que é um esporte legal e o que é ou não estranho.

Certamente podemos escolher: nem todos os brasileiros gostam de feijoada ou de futebol. Também podemos nos acostumar e apreciar o que em outros momentos nos pareceu estranho, mas nossas escolhas dependem do que nos foi apresentado. É por esse motivo que podemos afirmar que os nossos gostos, mesmo sendo diferentes uns dos outros, não são totalmente independentes, eles partem de uma base comum, aquilo que está na nossa cultura antes de nós.

Nesse ponto, Dona Notícia nos interrompe mais uma vez, não porque não concorde, mas

porque precisa fazer uma pergunta: “O que a formação dos gostos tem a ver com as notícias?”. A resposta para essa pergunta não poderia ser outra: tudo a ver!

Agora vamos explicar: as notícias estão sempre comprometidas com a relevância. Estamos falando, desde o nosso começo de conversa, que não são todos os assuntos que devem ser selecionados e transformados em notícias, não é tudo que agrada a nossa amiga exigente. O que deve ser selecionado, em poucas palavras, são os fatos e acontecimentos que possuem relevância para a população.

As empresas jornalísticas não podem ignorar a relevância, isto é, não podem deixar de produzir conteúdo sobre o que desperta interesse, o que é essencial saber e o que gera efeitos positivos. Isso faz com que a notícia tenha de lidar com três tipos de informações relevantes.

O primeiro deles diz respeito ao que é inevitavelmente relevante, já que se liga a questões de sobrevivência. Querendo ou não, os veículos de comunicação não podem deixar de falar sobre essas temáticas, assim como nós não podemos deixar de ficar atentos ao que é perigoso ou arriscado. Chamaremos essa relevância de **relevância**

Vacinação em queda no Brasil preocupa autoridades por risco de surtos e epidemias de doenças fatais

Kella Guimarães
De São Paulo para a BBC Brasil

29 agosto 2017

f t e Compartilhar



Vacinação em queda no Brasil acende 'sinal amarelo' em autoridades de saúde (Foto: EPA)



Escaneie o QR CODE



Os programas de imunização foram fundamentais para erradicar algumas doenças fatais. Na imagem, a queda da cobertura vacinal, suas causas e surtos de doenças associados a essa queda são noticiados pela BBC Brasil.

imperativa.

Por esse motivo, sempre serão notícias: epidemias, guerras, violência, mortes e várias outras situações em que estejam envolvidos riscos a que uma grande quantidade de pessoas está exposta. Pelo mesmo motivo, devem ser notícias as informações que ajudem as pessoas a se prevenirem quanto aos riscos, sendo essas denominadas **notícias de serviço**. Considerando que nem sempre as notícias de serviço se impõem, como fazem os riscos, e que muitos desconhecem que há caminhos preventivos a serem apreendidos, muitas vezes as informações com o intuito de prevenir são tratadas como menos importantes do que aquelas que já geraram danos e prejuízos.

Em seguida, há as notícias que são relevantes não por tratarem de situações que constituem perigo à vida e à saúde, mas por serem compatíveis com a realidade social que nós todos compartilhamos. Dissemos a pouco que os nossos gostos são constituídos a partir de uma realidade comum. Pois bem, essa realidade comum é uma referência importantíssima para a notícia.

Como as informações jornalísticas precisam despertar interesses em uma grande quantidade de pessoas, partir dessa realidade compartilhada é uma boa estratégia, pois dessa forma é mais fácil atingir assuntos que são, mesmo que com algumas diferenças de percepção, inte-

Carnaval de Olinda homenageia a 'Terra de Gigantes' em 2018

Tema foi divulgado nesta terça-feira (7), durante evento realizado na sede da prefeitura, no bairro do Varadouro. Novidade será uma área para apoteose da folia, com arquibancadas.

Por G1 PE
07/11/2017 13h59 - Atualizado há um ano



Bonecos gigantes de Olinda sendo reverenciados durante a folia de 2018 — Foto: Prefeitura de Olinda/Divulgação

O Carnaval de Olinda é um dos grandes eventos populares do Brasil e atrai olhares e turistas de todo o mundo. Na matéria do portal G1, o tema do festejo em 2018 é anunciado: uma homenagem aos bonecos gigantes, uma manifestação cultural consagrada no Carnaval olindense.



Escaneie o QR CODE

ressantes para a maioria. Chamaremos essa forma de despertar interesse de **relevância tradicional**.

Para estimular esse tipo de relevância, as notícias partem de um sistema de referências que já é familiar, ou seja, tratam como importante aquilo que já é assim considerado pela sociedade. Nesse sentido, a notícia é um importante instrumento de reafirmação da realidade vigente, ou seja, um recurso importante para garantir a manutenção e a continuidade dos modos de ser de uma sociedade.

Quando uma série de notícias informa sobre um campeonato de futebol, por exemplo, ela não só se apoia nessa realidade compartilhada, que ensinou à maior parte dos brasileiros ser o futebol um esporte que caracteriza a nação e que é importante e interessante, mas também reafirmam essas percepções. Por estarem as sociedades em constante modificação, uma característica poderia deixar de existir se não fosse reafirmada com **frequência**. A prova disso são alguns costumes e tradições que vão perdendo a popularidade por não serem mais praticados pelos mais jovens.

Por fim, há o terceiro tipo de relação das notícias com a relevância, este muito menos comum do que os dois anteriores. Concebendo que a realidade social está em constante transformação, as notícias também podem despertar relevância destacando algo que tem a capacidade de gerar um efeito para a população, embora não seja nada diretamente direcionado à sobrevivência nem possua uma relação com a tradição.

O que as notícias fariam, nesse caso, é cha-

mar a atenção para algo que a população deveria priorizar, mas que não o faz por não compreender sua importância. Nessa relação com a relevância, diferente da anterior, as notícias não reforçariam o que já existe, e sim educariam para a mudança. De maneira prática, essa relevância faria com que se consolidassem novos valores-notícia, isto é, novos indicadores do que é importante e do que deve receber atenção. Chamaremos esse tipo de relevância de **relevância para o futuro**.



Em matéria do *El País Brasil*, a opção pela bicicleta para realizar os deslocamentos é apontada como algo que traz benefícios para o meio ambiente, a saúde e as finanças pessoais.

Para alguns estudiosos da atualidade, que compreendem o papel fundamental dos meios de comunicação para a organização da sociedade, o compromisso com a mudança e, portanto, o uso da nossa relevância para o futuro devem ser o objetivo fundamental da mídia, uma vez que nenhuma instituição da atualidade é mais capaz do que ela de organizar discussões e dar espaço para uma diversidade de pontos de vista.

Entretanto, por uma série de motivos, essa forma de despertar relevância, como já dissemos, é a menos comum das três. Essa pequena inovação se deve a

alguns motivos, dentre os quais destacaremos dois: há primordialmente uma busca dos veículos de comunicação por segurança. É preciso deixar claro que a relevância para o futuro é um investimento a longo prazo e que pode encontrar resistência no público do jornal. Em seguida, mas não menos importante, há o fato de as empresas jornalísticas serem conduzidas, muitas vezes, por outros interesses, além do desejo de despertar relevância e de estimular transformações positivas na sociedade.

Ao mesmo tempo que são representantes de uma instituição social cuja função é intermediar

Escaneie o QR CODE



a relação entre informações relevantes e um público que precisa dessas informações, os veículos de comunicação, em sua maioria, também são empresas e possuem uma série de interesses econômicos, como o de alcançar lucros, de superar a concorrência e de agradar aos seus donos.

Quando os veículos de comunicação priorizam as suas necessidades empresariais e percebem os seus receptores como consumidores, e não como cidadãos, é comum que a relevância seja deixada de lado. Isso acontece a fim de não comprometer um investimento ou os interesses dos donos do veículo de comunicação.

Para deixar essa afirmação mais clara, pense em um jornal de pequeno porte dedicado a transmitir informações sobre uma cidade não muito grande. Tal jornal, ainda que tenha uma circulação razoável, não consegue pagar todos os seus custos com a venda das edições aos assinantes e aos consumidores esporádicos. Na verdade, o dinheiro vindo da venda é uma porção bem pequena do que o veículo de comunicação arrecada.

Para manter-se, a equipe comercial do jornal precisa vender espaço publicitário, isto é, precisa oferecer espaços para empresas ou entidades públicas que desejem divulgar seus produtos, serviços e atuações, em troca de dinheiro. No caso desse jornal, são dois os principais anuncian-



Há anos as propagandas ocupam páginas das revistas de entretenimento. Estas, por ditarem certos comportamentos da sociedade, veiculam marcas que estejam associadas a um modo de vida, como essa propaganda da Coca-Cola na revista norte-americana *Life* ("coca-cola traz refrescância em todo o mundo") em 1948.

tes: a prefeitura da cidade e uma rede de supermercados local. Os donos do jornal sabem que esses anúncios são fundamentais para pagar os funcionários, comprar matéria-prima, pagar todos os custos da produção de notícias e para gerar lucros, em outras palavras, eles compreendem que o funcionamento de sua empresa jornalística depende dos recursos desses anunciantes.

Diante desse cenário, imagine que um repórter do jornal descobre um esquema de desvio de verbas na prefeitura ou apura que a rede de supermercados falsifica a data de vencimento dos produtos, colocando a população em risco. Nas duas situações, há motivos de sobra para produzir notícias, mas também há os interesses comerciais dos donos do jornal e o seu temor de que, contrariando seus anunciantes, o jornal não consi-

ga outros meios para se manter.

Em situações de conflito como essa, é possível que a clara relevância jornalística não seja suficiente para fazer com que um acontecimento vire notícia. A situação se torna possível, entre outros motivos, pela ausência de outros veículos de comunicação (que poderiam ter outros anunciantes e não se intimidarem em produzir a notícia), pela falta de transparência ligada ao trabalho jornalístico e pela grande dependência dos meios de comunicação como forma de conhecer o que se passa.

Outras situações de conflito entre os interesses comerciais de um veículo de comunicação e os interesses informativos do público podem ocorrer. Imagine um país que possui poucas empresas de comunicação capazes de alcançar toda a nação diante de uma corrida eleitoral. As

poucas empresas, por meio dos seus donos, podem escolher os candidatos que são mais compatíveis com os seus interesses e passar a dar menos atenção para os demais. Eles podem, por exemplo, realizar debates e não incluir alguns dos candidatos, com a justificativa de selecionar apenas os mais populares, porém é justamente o espaço nos grandes veículos que garante a popularidade e, sem ele, os candidatos desconhecidos permanecerão desconhecidos, assim como as suas **ideias**.

Em um cenário como esse citado, o privilégio dos interesses empresariais sobre os interesses informativos não só atrapalha a candidatura dos políticos desconhecidos, como, muito além disso, prejudica a efetivação da democracia, pois impede que a corrida eleitoral seja conduzida em função

da discussão de ideias e que todas as opções sejam exibidas, com a mesma intensidade, aos eleitores. Por motivos como esses, estudiosos compreendem que a existência de monopólios de comunicação é um risco à democracia.

A proibição aos monopólios de mídia também é uma exigência da Constituição Federal Brasileira, de acordo com o artigo 220, que trata da comunicação social, e, especificamente, segundo o parágrafo quinto, “Os meios de comunicação social não podem, direta ou indiretamente, ser objeto de monopólio ou oligopólio”. O problema é que a Constituição, quando foi escrita, deixou a aplicação da proibição e o seu funcionamento para serem detalhados em leis posteriores. Como essas leis nunca foram escritas, essa ordem nunca foi cobrada efetivamente.



Monopólio e oligopólio: por que são tão perigosos à comunicação?

Quando uma empresa de determinado setor atua sozinha, ou seja, não possui concorrentes, essa situação é chamada de **monopólio**. Sendo essa empresa a única a ofertar produtos ou serviços naquele setor, ela atua de forma privilegiada, podendo, inclusive, praticar preços muito elevados. Já o **oligopólio** acontece quando existe um grupo pequeno de empresas que domina esse mercado, cada uma detendo uma fatia enorme dele.

No mercado de serviços de comunicação, a propriedade das empresas encarregadas de produzir e fazer circular informações é um aspecto que merece bastante atenção. Isso porque os acontecimentos analisados e noticiados podem ser vistos sob diversos pontos de vista e contextos: aquilo que um jornal pode achar relevante pode não parecer relevante para outro, ou então dois jornais podem noticiar o mesmo aconte-

cimento, mas cada um focar aspectos distintos dele ou contextualizar de formas diferentes. Essa diferença é fundamental para que os cidadãos tenham acesso a uma riqueza maior de informações e perspectivas. Quando esse mercado é dominado por uma ou um grupo pequeno de empresas, essa diversidade fica seriamente ameaçada, pois a decisão sobre o que e como será noticiado depende dos interesses de quem noticia; e, sendo um ou poucos prestando esse serviço, ficamos dependentes de uma visão de mundo mais estrita.

Carente de inovações, jornalismo local precisa se modernizar para sobreviver



Escaneie o QR CODE



E o resultado disso é que, no Brasil, apenas cinco famílias controlam mais da metade de todos os veículos de comunicação de maior audiência. Os dados são da pesquisa *Monitoramento da Propriedade da Mídia*, um projeto do Ministério de Cooperação Econômica e Desenvolvimento da Alemanha interessado em fazer um diagnóstico, bem como em estimular a transparência e a pluralidade da mídia ao redor do mundo.

A pesquisa constrói dez indicadores de risco à pluralidade, isto é, itens nos quais é avaliado em que medida a concentração da propriedade da mídia impede que se tenha uma comunicação diversa e múltipla, capaz de representar os diferentes setores da sociedade. Dentre os dez indicadores, segundo a pesquisa, há altos riscos para a diversidade da informação brasileira em seis.

O que esses dados apontam, de maneira resumida, é que, embora os veículos de comunicação brasileiros cheguem aos lugares mais distantes, são poucas as vozes e os interesses que os comandam. Com isso, há uma redução do espaço de debate, e principalmente a impossibilidade de um debate qualificado, já que várias vozes deixam de ser ouvidas.

A manutenção desse cenário permite que o

compromisso dos meios de comunicação com a relevância social seja abandonado e, em **consequência** disso, a população não tenha acesso às informações mais relevantes e mais necessárias para exercer a sua cidadania.

Por outro lado, o crescimento de novas plataformas de compartilhamento de informações tem um interessante potencial, embora também muitos riscos. Hoje, tornou-se muito mais fácil produzir e compartilhar conteúdo e, para isso, não é necessária uma grande estrutura empresarial: mesmo com um dispositivo móvel, é possível criar e disseminar notícias. Isso significa que um *blog* ou mesmo um perfil em redes sociais pode ser um importante aliado da Dona Notícia, mas também pode comprometer sua integridade. Se por um lado essa facilidade permite trazer ao conhecimento do público temas que não são considerados relevantes para os grandes veículos de comunicação, estimulando novos debates, também pode tornar Dona Notícia refém de “boatos”, as famosas *fake news*: informações que trazem inverdades, meias-verdades, ou mesmo verdades descontextualizadas, levando o público a formar uma opinião sem recursos suficientes para isso, muitas vezes de forma equivocada.

Garoto que foi hostilizado por Cabral passa em concurso e vai trabalhar onde ex-governador está preso

Escrito por Joselito Müller

BANGU 8 – Nunca a frase do filósofo grego Parmênides – segundo a qual “o mundo gira e um dia é da caça e o outro é da pesca” – fez tanto sentido!

Após ficar famoso nas redes sociais por aparecer em vídeo no qual reclama ao então governador sobre o funcionamento de uma piscina e quadra em seu bairro, o então jovem Sergio Sandro Sorayo Sarmento da Silva Souza Seabra, na época com dezessete anos, foi hostilizado pelo mandatário, na ocasião em que era acompanhado pelo então presidente Lula, o filho do Brasil.

Anos mais tarde, no caso, este ano, Sergio, hoje com vinte e dois anos, viu seu nome anunciado na lista dos aprovados para concurso público de agente penitenciário do estado do Rio de Janeiro.



 **Escaneie o QR CODE**

Em 2017, uma notícia falsa elaborada por um *site* de humor tomou proporções muito maiores que o esperado. O *Joselito Müller* utilizou o fato da prisão de Sérgio Cabral para criar uma história de “ironia do destino” com base num vídeo que viralizou em 2009. Nesse vídeo, um menino, morador de Manguinhos, no Rio de Janeiro, foi hostilizado pelo ex-governador enquanto este passava em sua rua. Assim, o humorista elaborou uma *fake news* em que o menino, Leandro, teria se tornado agente penitenciário de Bangu, onde Cabral está preso. O tom humorado passou despercebido, e a notícia se espalhou por Manguinhos como verdadeira. Leandro, então, passou a ter medo de ser perseguido por bandidos até a história finalmente ser esclarecida.



1. Para os teóricos Dan Sperber e Deirdre Wilson, a capacidade de avaliar relevância é uma vantagem e uma necessidade da humanidade, uma vez que por meio dela é possível focalizar o que é mais importante e urgente. Continuando nesse raciocínio, eles dão a entender que, antes de ser uma questão de gosto, a relevância é uma questão de garantia da sobrevivência. A partir dessas ideias, explique por que notícias sobre situações perigosas são sempre relevantes.

2. Segundo o sociólogo Alfred Schutz, o indivíduo e a sociedade são complementares, pois todas as individualidades se formam a partir da realidade social e a sociedade só existe graças aos indivíduos e ao seu compartilhamento de crenças, ideias, valores e sentimentos. As ideias desse autor nos ajudam a entender porque, mesmo que não haja uma pessoa exatamente igual à outra, é comum que indivíduos e grupos compartilhem gostos. Pensando na produção de notícias, explique porque esse compartilhamento é importante para veículos de comunicação que precisam atender a grupos grandes e variados.

3. Sobre a separação entre relevância imperativa, relevância tradicional e relevância para o futuro, marque o que for **correto**:
- a) Os três tipos de relevância referem-se a gostos que são compartilhados de maneira muito parecida por toda a população. Sendo fiéis a eles, os meios de comunicação de massa têm garantia de que agradarão da mesma forma todos os membros do público.
 - b) Independentemente do tipo de relevância a que façamos referência, é necessário esclarecer que a relevância sempre se relaciona com as pessoas. Por esse motivo, e considerando que as pessoas são diferentes, o que é relevante sempre depende dos gostos de cada um.

- c) A relevância envolve tanto o compartilhamento de saberes e necessidades quanto os gostos individuais. Nesse sentido, é possível indicar que a relevância imperativa e a relevância tradicional tratam da coletividade, enquanto a relevância para o futuro diz respeito aos gostos pessoais de cada um.
- d) A relevância imperativa é a que atinge as pessoas de maneira mais semelhante, pois ela se refere à necessidade, que vai além dos gostos. Por sua vez, as relevâncias tradicional e para o futuro podem ser compreendidas como mais ou menos importantes, a depender da pessoa.
- e) Enquanto a relevância tradicional se baseia em saberes que já existem e que são usados para a construção da realidade, a relevância para o futuro é uma tentativa de impor uma visão de mundo particular para a coletividade.

4. Ainda que seja essencial compreender os processos pelos quais um meio de comunicação separa o que merece ou não ser transformado em notícia, ou seja, ainda que seja fundamental entender os valores-notícia e a sua definição do que é relevante, esses saberes podem ser postos em segundo plano por um conjunto de interesses empresariais. Isso porque, ao mesmo tempo que os veículos de comunicação de massa são representantes de uma instituição social com um papel a cumprir, a fim de garantir a democracia, eles também costumam ser empresas, movidos por outros interesses. Sobre o conflito de interesses envolvendo as empresas jornalísticas e o direito de todo cidadão a informar e a estar informado, assinale a alternativa **incorreta**:

- a) O mal usufruto do direito à informação pode comprometer o acesso a outros direitos. Sem conhecer o seu direito à moradia, por exemplo, cidadãos podem deixar de reivindicá-lo, quando descumprido. Da mesma forma, sem o adequado acesso à informação, os cidadãos podem ter comprometidos o seu direito de participar ativamente da vida pública.
- b) Na atualidade, o direito à informação é particularmente essencial, uma vez que todos os dias são tomadas decisões que, mesmo estando geograficamente afastadas dos indivíduos, interferem diretamente na vida deles. Os meios de comunicação funcionam, nesse cenário, como um importante intermediário entre acontecimentos e um público que precisa saber dele.
- c) Interesses empresariais dos donos de veículos de comunicação devem ser desconsiderados, pois muito mais importantes do que eles é o direito à informação. Por isso, o ideal é que o Poder Público (Federação, estado e município) seja o único responsável pela transmissão de informações, excluindo as empresas privadas.
- d) O conflito entre os interesses dos empresários de comunicação e o direito à informação envolve lados em situações desiguais. Enquanto os interesses dos empresários são privilégios usufruídos por poucos, o direito à informação é uma garantia que deve atingir a todos, dos mais ricos aos mais pobres.
- e) Ainda que o direito à informação seja um bem essencial para sociedades democráticas, o conflito entre tal direito e os interesses dos empresários de comunicação não pode ser resolvido simplesmente desconsiderando as empresas, uma vez que elas também têm um importante papel a cumprir a fim de se adquirir um sistema midiático equilibrado.

5. A censura direta não é o único obstáculo capaz de comprometer uma atuação adequada dos meios de comunicação. A falta de uma regulação dos direitos do público, visto como um conjunto de cidadãos que precisam se informar para exercer plenamente a sua cidadania, também compromete o sistema midiático do País.

A respeito do não cumprimento de obrigações pelo Estado e pelo mercado de comunicação, há um conjunto de requisitos que, embora dispostos na Constituição Federal, não são cobrados dos veículos por falta de uma legislação específica. Isso faz com que os veículos deixem de cumprir adequadamente o seu papel e com que o Estado não atue como um garantidor do interesse público. Entre os requisitos listados mais descumpridos, estão:

“Proibição de monopólios e oligopólios nos meios de comunicação (artigo 220, parágrafo 5).
Preservação das finalidades educativas, culturais e informativas.
Proteção à cultura regional através da garantia de regionalização da produção.
Estímulo à produção independente (artigo 221).
Criação dos três modos complementares de exploração (privado, estatal e público) (artigo 223).”
BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira. *Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?*. São Paulo: Editora Paulus, 2014.

A partir das informações presentes no trecho e no enunciado, bem como dos seus conhecimentos sobre a questão, analise as alternativas a seguir:

- I) A determinação constitucional de que as emissoras de rádio e televisão devem priorizar finalidades “educativas, culturais e informativas”, conforme disposto no artigo 221, pode ser compreendida como uma espécie de censura a outras temáticas.
- II) A proibição de monopólios e oligopólios está, de fato, longe de ser cumprida, entretanto há muitos avanços na regionalização e no estímulo a produções independentes. As duas modalidades têm encontrado amplo espaço nas emissoras de rádio e televisão do País.
- III) O poder executivo, aquele que possui a atribuição de governar conforme a constituição, é responsável, entre outros, por observar o princípio da complementaridade do sistema mi-diático, que deve ser composto de veículos privados, públicos e estatais. Na prática, não há muita diferença entre veículos públicos e estatais, uma vez que ambos devem ser comandados por lideranças escolhidas pelos governantes eleitos.

Após leitura cuidadosa, assinale a alternativa **correta**:

- a) Está correta apenas a proposição I.
- b) Estão corretas apenas as proposições I e III.
- c) Todas as proposições estão corretas.
- d) Está correta apenas a proposição III.
- e) Nenhuma alternativa está correta.

6. Analise as manchetes abaixo e classifique-as quanto ao tipo de relevância, assinalando **A** (para relevância imperativa), **B** (para relevância tradicional) ou **C** (para relevância para o futuro).

- a) () **Brasil perde para a Bélgica e está fora da Copa do Mundo** [...] *A seleção brasileira criou chances, pressionou o adversário, mas perdeu muitos gols e sofreu com 20 minutos muito ruins no primeiro tempo, quando a Bélgica fez dois gols.* (Agência Brasil, jul. 2018)
- b) () **Prédio desaba após incêndio no centro de São Paulo** *Cerca de 150 famílias ocupavam o edifício, no Largo do Paissandu. Uma pessoa está desaparecida* (El País, maio 2018)
- c) () **Por que o uso de canudos está se tornando um problema global?** *Geralmente feito de plástico, o artefato é apontado como um dos grandes poluentes globais.* (Nexo Jornal, jun. 2016)
- d) () **Lady Gaga cancela show no Rock in Rio: “Estou devastada”, posta cantora** *Cantora alegou fortes dores devido à fibromialgia.* (G1, set. 2017)
- e) () **Surto de febre amarela já é o mais mortal desde 1980. E agora?** *O número de casos e óbitos superou o do surto anterior — o que devemos fazer para evitar o avanço da febre amarela?* (Saúde, mar. 2018)



*Checagem de fatos:
um novo nicho no
jornalismo*

Escaneie o QR CODE

O fim e o recomeço

igorstevanovic/Shutterstock.com

A jornada foi longa. Começamos refletindo sobre acontecimentos com maior ou menor potencial para serem transformados em notícia, assunto que, embora esteja sempre em volta de todos nós, é pensado por poucos. Mas fomos além, muito além, conhecemos a notícia em pessoa, uma senhora que já exerce a função de informar há muitos anos, mas sem perder, com o passar do tempo, seu interesse pelo que é novo, rápido e interessante para a população.

Depois desse encontro, descobrimos mais perguntas. Tentamos entender de maneira organizada os gostos da Dona Notícia, o que ela con-

siderava interessante. Para isso, contamos com o auxílio dos valores-notícia e descobrimos que esses critérios podem ser conhecidos por todos nós e podem ser usados para avaliar a maior ou menor importância de acontecimentos. Com a ajuda deles, deparamo-nos com os acontecimentos e, assim como fazem os jornalistas, analisamos a sua noticiabilidade.

Ainda assim, nossa jornada estava só começando. Arrumamos as nossas malas e fomos investigar em diferentes tempos e sociedades de onde teriam vindo os critérios para selecionar as notícias. No passado, encontramos os ancestrais

da nossa amiga, Dona Notícia. Conhecemos as *Actas Diurnas*, muito importantes no Império Romano, assim como os relatos de viagem, as crônicas e cartas, do período medieval. Por fim, conhecemos, no período renascentista, um parente ainda mais próximo, as folhas volantes, já bastante parecidas com Dona Notícia e preparando todo o ambiente para o surgimento dos primeiros jornais.

Nessa viagem, descobrimos que os critérios para a seleção do que importa hoje não são tão distintos daqueles do passado, tornando claro que a nossa percepção do que é importante tem história. Mesmo sem conhecer muito bem os seus antepassados, de quem tinha se esquecido, Dona Notícia preservava prioridades muito anteriores à invenção da prensa de tipos móveis do Ocidente e muito anterior ao surgimento dos jornais.

Depois desses saberes, ainda nos restava questionar a relevância atribuída pela nossa mente, quando, diante de diversos acontecimentos, prestamos mais atenção a um do que a outros. Nesse ponto, conhecemos a Teoria da Relevância de Sperber e Wilson e as reflexões sobre a formação dos gostos individuais de Alfred Schutz. Das várias **ideias** que coletamos, passamos a falar em três formas distintas pelas quais a notícia poderia alcançar relevância.

A primeira delas foi a re-

levância imperativa, que vem do nosso instinto de sobrevivência e da nossa **consequente** necessidade de nos preservar, diante de potenciais perigos para nossa saúde e segurança. As notícias que despertam relevância dessa forma são aquelas consideradas inevitáveis, as que seriam notícia independentemente da sociedade e do momento histórico.

Em seguida, sintetizamos a noção de relevância tradicional. Esta, por sua vez, diz respeito a noções de relevância que estão na sociedade antes do nosso nascimento e que nos são ensinadas no nosso processo de socialização. Esses saberes são a base para a construção das individualidades e dos nossos gostos pessoais. Para a produção de uma comunicação de massa, a existência de uma base de identidade comum é muito útil, pois ela pode funcionar como uma forma de aproximação, mesmo entre pessoas e grupos muito diferentes.

A vantagem da relevância tradicional, para o jornalismo, é que, ao repetir um valor já existente, já compartilhado, ela torna mais fácil acertar e agradar a muitos. A desvantagem, por outro lado, é que, ao acionar a relevância pela tradição, há um reforço da realidade assim como ela é, de forma que essa relevância não é muito capaz de estimular mudanças.

Quem faz isso é a relevância para o futuro, nossa terceira categoria. Com um objetivo bastante didático, as notícias que despertam relevância conectadas com o futuro





tentam tornar tradicionais questões que muitas vezes são descon sideradas. Assim, a relevância para o futuro se relaciona com o desejo de transformar a sociedade para melhor por meio da orientação dos cidadãos para temas não muito conhecidos.

Esse modo de acionar a relevância é, portanto, experimental. Um jornalismo que tenta utilizar essa relevância compreende que a sociedade está em constante transformação e se dispõe a ser um ator ativo nesse processo. É importante destacar que, ao despertar a relevância para o futuro, não são os donos dos jornais ou os jornalistas que apontam novos critérios do que é relevante, mas os vários grupos sociais, que passam a receber espaço em uma mídia comprometida com a pluralidade.

Mas, para que uma diversidade de vozes realmente possa ser ouvida e que os diversos grupos e interesses sociais participem da definição do que é notícia, é preciso garantir que o direito à informação não seja superado pelos interesses econômicos e políticos dos donos dos veículos de comunicação. Uma sociedade democrática não pode ser alcançada sem que seja universalizada a possibilidade de obter informações sobre o mundo e de informar o mundo a partir do seu ponto de vista.

Em outras palavras, o direito à informação não quer dizer apenas que as pessoas têm o direito de receber as informações produzidas por outros, mas também que

devem se sentir representadas como produtores, isto é, as vozes dos diversos grupos sociais precisam encontrar espaço nos veículos de comunicação. Sem essa diversidade de vozes, continuaremos sendo uma sociedade em que poucos falam e a maioria apenas escuta.

Ao fim dessa jornada, em que fomos além das margens do entendimento de quem e do que participa na definição do que é notícia, chegamos a um recomeço que nos estimula a pensar de maneira distinta. Além dos critérios, da influência histórica, dos dispositivos na nossa mente e da influência de interesses econômicos — todos envolvidos de alguma forma na definição do que deve ser notícia — comprometemo-nos a ser também definidores.

Para isso, não é preciso que todos nós viremos jornalistas, afinal o nosso primeiro passo foi entender que o conhecimento das notícias não se restringe aos profissionais da mídia. O que é necessário é não aceitarmos as notícias atuais como a única forma de informar, que reivindicemos espaço para as nossas vozes e para outras. Há, portanto, muitas forças influenciando a decisão do que será notícia, mas nenhuma deve ser mais importante do que o interesse público e social, que não privilegia a mim ou a você, no entanto busca, na diversidade de vozes, o que é relevante para todos.

Referências

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia*: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2004.

FEITOZA, Liliane do Nascimento Santos. *Relevância jornalística*: análise e teste de ferramenta para fins de avaliação de qualidade e *accountability*. 28/03/2016. 198f. Dissertação (mestrado em comunicação) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2016.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia*: entre facticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2012.

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

SANTOS, L. N. *Os valores-notícia na literatura jornalística*: elencos e operacionalização. 59 p. (Trabalho de Conclusão de Curso não publicado) Universidade Federal de Sergipe, Brasil, 2014.

SCHUTZ, Alfred. *El problema de la realidad social*: escritos I. 2ed. 1 reimp. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.

SCHUTZ, Alfred. *Sobre fenomenologia e relações sociais*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2012.

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. Posfácio da edição de 1995 de “relevância: comunicação & cognição”. *Linguagem em (Dis)curso*, Santa Catarina, v. 5, p. 171-220, 2010.

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. *Relevância*: comunicação e cognição. Tradução: Helen Santos Alves. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

SPERBER, Dan; WILSON, Deirdre. Teoria da Relevância. *Linguagem em (Dis)curso*, Santa Catarina, v. 5, p. 221-268, 2005.