

GIULIANO MAGELA FONSECA PANIZZA

NOTICIABILIDADE E ESPETACULARIZAÇÃO DA NOTÍCIA

Cobertura das Olimpíadas de 2004 pelos jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia*

BELO HORIZONTE

2005

GIULIANO MAGELA FONSECA PANIZZA

NOTICIABILIDADE E ESPETACULARIZAÇÃO DA NOTÍCIA

Cobertura das Olimpíadas de 2004 pelos jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia*

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social do Departamento de Ciências da Comunicação do Centro Universitário de Belo Horizonte - UNI-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientador: prof. Luciano Ribeiro

BELO HORIZONTE

2005

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 O FAZER JORNALÍSTICO.....	8
2.1 A natureza da informação	8
2.2 O conceito de notícia e os critérios de noticiabilidade.....	13
2.3 Rotinas de produção.....	24
2.4 O jornalismo como forma de conhecimento: o lead e a “pirâmide invertida” na visão de Adelmo Genro Filho.....	27
3 JORNALISMO ESPORTIVO.....	32
3.1 A história do jornalismo esportivo no Brasil.....	32
3.2 A tendência esportiva.....	38
4 A ESPETACULARIZAÇÃO DA NOTÍCIA.....	41
4.1 A sociedade do espetáculo.....	41
4.2 A espetacularização da notícia.....	45
5 AS OLIMPÍADAS COMO UM ESPETÁCULO: a abordagem dos jornais mineiros sobre o desempenho dos atletas brasileiros na competição.....	49
5.1 A cobertura esportiva sob o enfoque da notícia-espetáculo: universo de análise.....	49
5.2 Os jornais.....	51
5.2.1 Jornal <i>Hoje em Dia</i>	51
5.2.2 Jornal <i>Estado de Minas</i>	52
5.2.3 Análise descritiva.....	52
5.2.3.1 "Os meninos de ouro do vôlei" e o bicampeonato.....	52
5.2.3.2 Wanderlei Cordeiro: um herói de bronze.....	54

5.2.3.4 Daiane dos Santos: muitas expectativas e o consolo do quinto lugar.....	57
5.2.4 Análise de conteúdo.....	59
5.2.4.1 Fotografias.....	59
5.2.4.2 Título.....	60
5.2.4.3 Reportagem.....	60
5.2.4.4 Lead.....	61
5.2.5 As olimpíadas e os heróis brasileiros: uma análise da cobertura dos jornais mineiros.....	62
5.2.5.1 A notícia e os critérios de noticiabilidade.....	62
5.2.5.2 O processo de espetacularização da notícia.....	73
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	84
ANEXOS.....	85

1 Introdução

De acordo com Wilson Gomes (1996), a crise do capitalismo e sua tentativa de renovação conservadora, por meio de diferentes mecanismos de produção e acumulação flexíveis, geraram um novo conceito de cidadania. O cidadão que consegue se inserir no mercado torna-se consumidor. Com isso, além de veicular valores e atitudes necessários ao projeto ideológico de consumo, o papel da mídia passa a ser, também, o de disponibilizar na forma de mercadoria a produção humana tanto material quanto simbólica. O avanço da tecnologia aplicada aos meios de comunicação de massa consegue atribuir, a esta produção transformada em mercadoria, tratamento estético que a torna irresistível ao consumidor.

Por meio de mecanismos de reprodução e consumo, conforma-se hoje um mercado mundializado. Este mercado comercializa simbolicamente informação e entretenimento, amplamente apoiado no poder midiático de divulgação, que institui globalmente a chamada sociedade-espetáculo. Espectáculo este que, por sua própria condição, é muito mais visual, muito mais emocional do que reflexivo ou compreensivo.

A partir dos conceitos de Wilson Gomes, no campo da espetacularização midiática da realidade, parece-nos indiscutível a importância adquirida pelo esporte. Dessa forma, este trabalho irá se dedicar às Olimpíadas, onde tudo é imagem, tudo é emoção, enfim, tudo é espetacular. O esporte pode ser considerado como um dos mais apropriados eventos para a mídia devido ao fato da indeterminação prévia dos resultados e da sensação de interatividade que o espetáculo esportivo confere.

Os meios de comunicação deixaram seu caráter mais importante: o de informar. Passaram a comercializar a informação. Para isso, usam diversos recursos para despertar o interesse do

público. No caso da mídia impressa, os jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia* tentam chamar a atenção do leitor com chamadas de impacto, capas coloridas, fotos grandes.

Já Antonio Albino Canelas Rubim tem uma visão mais otimista em relação ao processo de espetacularização da vida social. Para o autor, o espetáculo já faz parte da vida real. Segundo Rubim, o espetáculo encontra-se midiaticizado, inserido na evolução cultural de uma sociedade cada vez mais industrializada, ou seja, capitalizada. A relação hoje com a mídia é privilegiada. Isso pode ser identificado com a produção, fabricação e veiculação por parte dos meios de comunicação de espetáculos culturais, sociais e religiosos, esportivos, entre outros.

Esta pesquisa faz um quadro comparativo entre os jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia*. A análise se baseou em investigar como tais notícias veiculadas nos jornais durante as Olimpíadas de Atenas estabeleceram uma mistura entre informação e entretenimento, acionando, muitas vezes, características de produto e de espetáculo (Gomes, 1996).

O objetivo da pesquisa foi identificar mecanismos de espetacularização adotados na cobertura das Olimpíadas de Atenas, de 2004, sobre as reportagens que abordavam o maratonista Vanderlei Cordeiro, a ginasta Daiane dos Santos e a seleção brasileira de voleibol masculino. Também foram analisados, nas matérias dos jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia*, os critérios de noticiabilidade, a criação e dramatização de personagens.

Hoje, as formas de produção capitalista tomaram conta, até mesmo, da mídia, causando desconfiança em grande parte dos profissionais que trabalham na área. Ao mesmo tempo, a sociedade moderna tem como uma das características centrais esta mistura entre informação e entretenimento (RUBIM, 2001) o que, na visão de alguns teóricos, não é necessariamente negativo.

A relevância desta pesquisa se resume em despertar uma reflexão do público a partir da idéia de que, com o avanço do capitalismo e da tecnologia, a informação e o entretenimento

também se tornaram mercadoria. É fundamental que o público tenha um olhar mais crítico sobre as notícias e a programação veiculada pelos principais meios de comunicação. É importante investigar se de fato a notícia está se tornando também uma mercadoria e, se nesse caso, os veículos de comunicação estariam deixando de prestar seu principal serviço: informar. No caso desta análise, o jornal *Estado de Minas*, principal impresso do Estado, tem demonstrado nos últimos tempos muita parcialidade, tentando vender informação misturada a anúncios publicitários, a qualquer preço.

O Capítulo 2 fala sobre a forma de fazer jornalismo a presença dos critérios de noticiabilidade quais os elementos abordados para se compreender como uma matéria é produzida. O capítulo também destaca a utilização do lead e da teoria da “pirâmide invertida” como uma exigência do jornalismo moderno.

O Capítulo 3 retrata a origem do jornalismo esportivo. A pesquisa principal desta monografia se baseia na análise de reportagens esportivas, cuja origem deste gênero jornalístico tem relevância para esta pesquisa. O capítulo também retrata a tendência na cobertura esportiva e como os veículos de comunicação abordam diferentes mecanismos de construção da notícia.

No quarto capítulo, a pesquisa aborda, sinteticamente, a sociedade do espetáculo e a espetacularização da notícia. Os autores, como Rubim e Debord, retratam o espetáculo na mídia, como sendo essencial para a construção das sociedades humanas. Arbex Jr aponta a notícia como mercadoria e como o jornalismo se transformou em show.

O capítulo 5 estuda reportagens veiculadas nos jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia* durante as Olimpíadas de Atenas. As matérias se referem aos atletas Vanderlei Cordeiro, Daiane dos Santos e a seleção brasileira de voleibol masculino. Esta pesquisa aponta uma comparação entre os critérios de noticiabilidade usados pelos jornais e os mecanismos de dramatização e espetacularização da notícia.

2 O fazer jornalístico

No primeiro capítulo, é discutido o fazer jornalístico em suas várias abordagens. Num primeiro momento, destaca-se o debate sobre a natureza da informação. A partir de Rodrigues (1993) e Lustosa (1996), pode-se afirmar que a informação tem a ver com a imprevisibilidade e por isso apresenta uma certa natureza sensacionalista. Na segunda parte do capítulo, é feita uma discussão sobre o conceito de notícia e os critérios de noticiabilidade que permeiam o jornalismo. Em terceiro lugar, discutem-se as rotinas de produção como mais um fator que interfere na produção de notícia. Por último, a partir das considerações de Adelmo Genro Filho (1986), aponta-se, com base no padrão norte-americano do lead e da pirâmide invertida, para a importância do jornalismo como forma de conhecimento.

2.1 A natureza da informação

No artigo "O Acontecimento", Adriano Duarte Rodrigues (1993) esclarece que nas sociedades antigas os mitos eram referência de mundo para os indivíduos. Com a era moderna, os mitos perdem sentido e cria-se um certo vazio. Tem-se um real cheio de fragmentos, caótico, sem ordenação. Por isso, na concepção do autor, o discurso da mídia surge como forma de organizar o aleatório e servir de referencial de mundo. É por meio do discurso midiático que nos informamos e nos situamos sobre a maior parte dos fatos que acontecem na realidade. Nesta função de ordenar o mundo, a mídia torna alguns fatos do cotidiano em acontecimentos que ganha visibilidade.

Rodrigues (1993) afirma que o acontecimento representa o ponto zero da significação da notícia. Para que a informação tenha um valor informativo que justifique a publicação, o

acontecimento deverá passar por todo um processo produtivo até atingir a forma ideal, ou seja, a transformação do acontecimento em notícia apta a ser consumida. O início do processo aconteceria na produção, onde o jornalista inicia o processo de escolha da notícia através da pauta, da apuração, da redação, da edição e da publicação. Desta forma, podemos dizer que a elaboração da notícia segue um padrão similar ao da produção industrial. A institucionalização e mercantilização da imprensa trouxeram uma inevitável dependência do mercado e conseqüentemente da audiência.

Esta dependência obriga ao jornalista adotar, para seu trabalho, uma metodologia de produção quase industrial. A pressão do tempo e a necessidade de se noticiar algo que seja interessante, faz com que o profissional utilize-se de determinados critérios para definir o que é mais interessante para o mercado, ou o que seja mais consumível, em detrimento do que, a princípio, seria mais importante para o leitor. A notícia é a representação do fato ou fator de mediação dos receptores com a realidade, ou seja a notícia não é o fato e sim um recorte feito a partir da assimilação do repórter.

O autor completa que a notícia é alguma coisa que não ela própria. Rodrigues (1993), afirma ser o discurso do acontecimento é um relato das marcas de dissolução da identidade das coisas, dos corpos, do devir, ou seja, a notícia é uma anti-história. Tudo isso porque segundo ele os *médias* apresentam o relato do acontecimento como um novo acontecimento, tornando a locução do fato um ato ilocutório.

Durante a idade média, o acontecimento passou a ser divulgado regionalmente através de mercadores, mensageiros e menestrelis, que transmitiam fatos e notícias de vilarejo a vilarejo. As informações vinham permeadas de fatos absurdos que acabavam se transformando em lendas e mitos. Rodrigues (1993) acredita que os mitos asseguravam um quadro de referência comum da experiência do mundo, contudo, eram uma forma vazia de discurso, uma ordem prescritiva, que

dita as regras de formulação da experiência. Os informantes e mensageiros de então tinham o compromisso, não de informar, mas sim de chamar a atenção e vender suas histórias para quem quisesse escutar, distrair, assim como o orador de Roma antiga. Uma parte dos acontecimentos acabavam se transformando em fatos noticiáveis, ocorridos de província a província. Estes fatos eram renovados a cada paragem formando uma espécie de espiral informativa.

Foi como consequência da revolução comunicativa que o acontecimento universalizou-se. Os meios de comunicação possibilitam a criação de uma cultura universal onde o quintal do receptor é o mundo, e não mais a vizinhança, o bairro, ou a cidade. Os acontecimentos passam a ter influência, não só regional, e sim global. Sendo assim, se o interesse dos povos pré-modernos se restringiam basicamente aos fatos locais que envolviam a comunidade regional, excetuando-se informações, sobre o risco de invasões, sempre iminentes, e as guerras para expansão das fronteiras, o acontecimento era produzido basicamente nas esferas familiares, religiosas e sociais.

O fator preponderante para esta revolução foi a invenção da tipografia por Gutenberg em 1438, na cidade de Estrasburgo. Após a invenção da Imprensa, ou como diz Elcias Lustosa (1996) a viabilização da “utilização dos tipos móveis que haviam sido criados pelos chineses, difundiu-se rapidamente a reprodução dos textos, com ampla propagação da tipografia” (LUSTOSA, 1996, p. 37).

Contudo, o surgimento da imprensa periódica não foi imediata, seu surgimento se dá aproximadamente “um século e meio após a invenção da tipografia, tendo sido precedida por um verdadeiro florescimento de escritos de informação dos mais diversos tipos. O que coincide com o fim do monopólio da verdade pela Igreja Católica, que não tinha, o menor interesse em divulgar o saber ou em informar. Este monopólio era a forma da Igreja resguardar a influência conquistada, impor dogmas e por meio deles exercer a manutenção de seu poder.

Lustosa (1996) pondera que foi a necessidade de circulação das informações que gerou a imprensa e não a descoberta dos tipos móveis, segundo ele o comércio estimulou o uso de impressos para a divulgação de produtos

A transmissão desses acontecimentos, porém, segue uma lógica de produção industrial em que antes de chegar ao receptor, passa por uma série de processos construtivos. O processo de produção da notícia inicia-se na notícia bruta. Para o acontecimento se transformar em notícia deverá conter os critérios de noticiabilidade que, segundo Wilson Gomes (1996) são a ruptura das regularidades, a diversão e o drama. Gomes (1996) acredita que o acontecimento poderá ser apreendido e trabalhado pelo Receptor de Notícias, que não tendo participado do fato irá recolher o maior número de informações possíveis para possibilitá-lo redigir o Manuscrito da Notícia, onde descrevera o que definiu, a partir de sua subjetividade ser mais relevante para criar sua matéria, que será transformada posteriormente em notícia.

Findo o manuscrito, a notícia passa pelos crivos da redação, em que é analisada e formatada de acordo com o espaço, linha editorial e regras de redação do veículo. Só então o acontecimento se transforma em produto final, neste ponto já transformado, em um não acontecimento.

A reprodução do acontecimento através do jornal, ou a sua transformação em notícia, passa então, pela reinvenção do fato. Rodrigues (2001) acredita que no discurso jornalístico o acontecimento representa o ponto zero da significação, o ponto de partida para notícia, onde é preciso esclarecer e delimitar as fronteiras e as diferenças impostas pela produção ao acontecimento, ao fato e à notícia propriamente dita.

O fato é mediado, assim como o acontecimento, sendo o primeiro fator determinante do segundo. O acontecimento só é possível a partir do fato, que para se tornar acontecimento, deve possuir uma notabilidade que se define pela existência dos fatores; excesso, falha, inversão e o

devir. O excesso como o que extravasa o senso comum, a falha como quebra das estruturas naturais, a inversão como realinhamento de valores e o devir como a possibilidade da eminência.

O acontecimento será definido pela notabilidade dos fatos, contudo ele não poderá ser admitido como notícia, uma vez que do fato à notícia o acontecimento passa por todo um processo de construção do sentido. Do ato de existir como objeto noticiável até se transformar em signo, o acontecimento passa por uma série de processos.

O primeiro é o fato propriamente dito que ao possuir algum critério de notabilidade torna-se passível de ser notícia. Caso desperte o interesse, este fato deverá ser pautado para que o jornalista o investigue e tire todas as informações que julgue necessárias.

O jornalista não é o sujeito do fato, ou seja, não sofre sua ação, então procura as fontes para poder construir a sua notícia. As fontes se reservam às declarações sobre os fatos ocorridos e cada um narra ao jornalista sua apreensão sobre o ocorrido. O jornalista apreende todas as representações possíveis e faz uma decodificação de todos os signos apreendidos por seus entrevistados.

Inicia-se a construção do acontecimento, de acordo com a interpretação por parte do jornalista, que produz um relato do que suas fontes apreendem sobre o fato. Estas fontes terão pontos de contato e pontos de vista diferentes sobre o acontecido e caberá ao repórter interpretá-los e transmiti-los por meio de sua matéria.

Uma vez findo o relato dos fatos, estes se tornam um acontecimento narrado pelo repórter através da apreensão; em função da pauta, o acontecimento é então enviado para a reunião de fechamento de edição onde se definirá o destaque a ser dado ao acontecimento e como ele deverá ser publicado, se na íntegra ou editado.

2.2 O conceito de notícia e os critérios de noticiabilidade

Genericamente, trata-se a notícia como um relato de fatos que supostamente atendem às necessidades de informação da sociedade (TRAQUINA, 1993). Esta explanação, a grosso modo, explica aos leigos a idéia de notícia. Estudiosos, porém, desta complexa relação, fato-notícia-realidade, afirmam que existe um delicado processo de criação e formação da notícia.

Nelson Traquina (1993), em seu texto “As Notícias”, por exemplo, disserta sobre a “teoria do espelho”, que surgiu em meados do século XIX como sendo um “novo jornalismo, onde fato e opinião seguiam vertentes completamente opostas”. O “ser” jornalista é tratado como algo à margem da sociedade, um mero observador dos fatos, por isso pode e deve apenas funcionar como elo entre a informação e o público.

Concordando com Ely Chinoy, o homem, quando é retirado do meio social, perde suas características humanas, ou seja, deixa de ser homem. Essa afirmação serve como ponto de partida para a distinção entre jornalismo imparcial e a notícia como simples reflexo do fato.

Fundamentados na sociologia, autores como Stuart Hall, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts (1998), em seu texto “A Produção social da Notícia: O mugging dos media”, demonstram compreender toda essa problemática que envolve a formação da notícia.

Para tal concepção, eles afirmam que “as notícias são o produto final de um processo complexo que se inicia numa escolha e seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas”. Isso, por si só, confirma a interferência do social no homem, que é composto por um conjunto de valores, crenças e conhecimento científico, enfim, cultura.

Além das características individuais, o jornalista sofre ainda intervenções que os autores convencionaram de “valor notícia”, os chamados critérios de noticiabilidade. Estes nada mais são

do que questões que determinado fato tem que “responder” para se tornar notícia. Ser atual, de interesse social, respeitar a ideologia do seu veículo de informação, a territorialidade, o *status* do personagem envolvido, entre outros fatores, fazem parte destes critérios.

Mesmo não sendo, o jornalista, o único dono da notícia, não pode ser caracterizado como um simples joguete nas mãos de uma burguesia detentora do poder, ou como profissionais terroristas que colocam na prática uma verdadeira “teoria da conspiração”. O que existe, na realidade, é toda uma lógica profissional que pode, no entanto, contar com a criatividade individual do jornalista.

É preciso também notar que o conceito de notícia tem uma dimensão que poderíamos classificar como tática e uma dimensão que poderíamos classificar como estratégica. A dimensão tática esgota-se na teoria dos gêneros jornalísticos. Nessa dimensão, distingue-se notícia de outros gêneros, como entrevista ou a reportagem. Todavia, a dimensão estratégica encara a notícia como todo enunciado jornalístico. Esta opção é aquela que interessa à teoria do jornalismo enquanto teoria que procura explicar as formas e os conteúdos do produto jornalístico.

Segundo Jorge Pedro Sousa (2000), da Universidade Fernando Pessoa, pode dizer-se que uma notícia é um artefato lingüístico que representa determinados aspectos da realidade, resulta de um processo de construção onde interagem fatores de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico, é difundida por meio jornalísticos e comporta informação com sentido compreensível num determinado meio sócio cultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia.

Vários fatores interferem na construção da notícia. A natureza indiciática da notícia, ou seja, o fato de na notícia estarem indiciadas as circunstâncias da sua produção, permite determinar esses fatores, nos quais se devem basear explicações que explicitam por que temos as notícias e por que as notícias são como são. Na teoria unificada do jornalismo, esses fatores

podem ser de natureza pessoal, social, ideológica, histórica e do meio físico e tecnológico. Uma teoria do jornalismo de ocupar-se unicamente da notícia enquanto fenômeno jornalístico, isto é, deve ocupar-se dos enunciados que são produzidos por jornalistas credenciados e que são veiculadas em espaços jornalísticos por meios jornalísticos.

Para Sousa (2002), a notícia comporta informação com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sócio-cultural. Se dentro de um contexto um determinado fato emerge da superfície plana da realidade, sendo percebido como notável e, portanto, como um acontecimento digno de se tornar notícia (RODRIGUES, 1998), noutra contexto esse mesmo fato pode passar despercebido por não ter um enquadramento que permita observá-lo como um fato notável, ou seja, um acontecimento. A notícia só se esgota no momento do seu consumo, já que é nesse momento que ela produz efeitos e passa a fazer parte dos referentes da realidade. Esses referentes são a parte da realidade que formam a imagem que os sujeitos constroem da realidade, Por isso, a construção de sentido para uma notícia depende da interação perceptiva, cognitiva e até afetiva que os sujeitos com ela estabelecem.

Mauro Wolf (1999) explica que os critérios de noticiabilidade estão estreitamente ligados aos processos de rotinização e de standardização das práticas produtivas dos meios de comunicação. Nesse sentido, a definição de noticiabilidade liga-se ao conceito de perspectiva-da-notícia, que é a resposta que o órgão de informação dá à questão que domina a atividade dos jornalistas: quais os fatos cotidianos que são importantes e devem virar notícia?

Contrariando os princípios de que o jornalismo retrata fielmente a realidade, Mauro Wolf (1999), com base nestas novas tendências da comunicação, explica que as notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal, ou seja, a notícia é o produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objetivo reuni-los, fornecer avaliações, simples e diretas, acerca de suas relações, e fazê-lo de modo a entreter os

espectadores/leitores. A definição e a escolha daquilo que é noticiável são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para o que é mais factível, o que pode virar produto informativo no tempo possível e com recursos limitados. Em função destas rotinas produtivas, o fazer jornalístico vai ser marcado pela fragmentação da informação.

De acordo com Mauro Wolf, o conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efetuar, cotidianamente, a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos apresentados como notícias. A noticiabilidade, dentro desta visão, constitui um elemento da distorção involuntária contida na cobertura informativa dos mass media. Isso significa que os critérios de relevância são, por um lado, flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros e, por outro, são sempre considerados em relação à forma de operar do organismo que faz a informação.

O autor ainda faz duas considerações importantes sobre os valores/notícia. A primeira é a respeito do caráter dinâmico do que é notícia: mudam no tempo e no espaço, não permanecendo sempre os mesmos. Hoje, assuntos relevantes podem deixar de ser amanhã. Outra consideração é a respeito dos chamados single issue movements, isto é, aos movimentos de opinião que se solidificam na sociedade civil e passam a ser notícia.

Os autores Jorge Pedro Souza e Mauro Wolf apresentam algumas teorias que explicam como é o processo de seleção de notícia, ou seja, quais critérios de noticiabilidade são usados pelos veículos.

Segundo Jorge Souza (2002), uma notícia pode ser definida como “um artefato linguístico que representa determinados aspectos da realidade, resulta de um processo de construção onde interagem fatores de natureza pessoal, social, ideológica, história e do meio físico e tecnológico”. Assim, pode-se entender que, neste processo, a notícia é construída através da linguagem, seja ela por palavras ou por imagens.

Souza afirma que uma notícia só se esgota no momento de seu consumo, já que é nesse momento que ela produz efeitos e passa a fazer parte dos referentes da realidade. Esses referentes são a parte da realidade que foram a imagem que os sujeitos constroem da realidade.

Em seu trabalho, Souza (2002) recorre aos conceitos de Nelson Traquina ao descrever as seguintes teorias do jornalismo:

- (a) Teoria do espelho: as notícias são vistas como o espelho da realidade, conforme a ideologia profissional dos jornalistas;
- (b) Teoria da ação pessoal ou do gatekeeper: Traquina afirma que as notícias resultam da seleção dos acontecimentos, com base nas opções particulares de cada editor. Mauro Wolf apresenta uma teoria semelhante, que será explicada mais adiante.
- (c) Teoria organizacional: As notícias são o resultado das condições organizacionais em que elas são fabricadas, ou seja, as notícias são escolhidas de acordo com a estrutura e o estilo da organização em que ela vai ser divulgada, os recursos e a hierarquia do veículo predominam neste processo.
- (d) Teoria da ação política: As notícias distorcem a realidade, embora pudessem ser o seu espelho. Há duas versões para esta teoria, sendo que a primeira afirma que as notícias são diferentes da realidade porque os jornalistas, sem autonomia, “estão sujeitos a um controle ideológico e mesmo conspirativo que leva os media noticiosos a agirem como um instrumento de serviço da classe dominante e do poder”. Por causa disso, as notícias produzidas neste sentido dão uma visão direitista, liberal e conservadora do mundo. A outra versão sustenta que os media são os instrumentos que os jornalistas usam para pregar suas ideologias. Neste caso, como os profissionais são na maioria de esquerda, suas matérias tendem a mostrar uma visão esquerdista do mundo.

- (e) Teoria estruturalista: As notícias só reproduzem um produto baseado na ideologia dominante. Os jornalistas não têm autonomia, assim são sujeitos ao controle da classe dominante, que aliás, é proprietária dos veículos de comunicação. As rotinas produtivas são uma forma de as empresas submeterem o noticiário aos interesses e ao domínio de quem detém o poder.
- (f) Teoria construcionista: As notícias são histórias que resultam de um processo de construção, linguística, organizacional, social, cultural, pelo que não podem ser vistas como o espelho da realidade. Assim, os teóricos não acreditam no conceito de distorção e também não acreditam que as atitudes políticas dos jornalistas sejam um fator determinante da produção da notícia. Eles dizem ainda que “as rotinas são vistas como o resultado de um esforço organizacional para assumir uma vantagem estratégica.
- (g) Teoria interacionista: Correr contra o tempo é a forma de fazer a notícia. As notícias são resultados de um processo de percepção, seleção e transformação de acontecimentos em notícias. Os jornalistas assumem um papel de participantes ativos da realidade. As suas matérias são tratadas com um papel social, e também registram os conflitos organizacionais, os enquadramentos e narrativas culturais, que governam a expressão jornalística, as rotinas que orientam e condicionam a produção de notícias, os valores notícias e as negociações entre jornalistas e fontes de informação.

Mauro Wolf, por sua vez, acredita que o fenômeno de selecionar que acontecimentos irão ou não virar notícia não é tão simples quanto parece:

A seleção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo de subtraem ao registro). O objetivo de selecionar tornou-se mais difícil devido a uma característica posterior dos acontecimentos Cada um deles pode exigir ser único, fruto de uma conjunção específica de forças sociais, econômicas, políticas e psicológicas que transformaram um acontecimento neste acontecimento particular. (WOLF, 1999, p.58)

Na visão de Wolf (1999), para produzir uma notícia, os veículos de comunicação devem levar em conta três regras: (a) devem tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como um acontecimento notável, (b) devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrásico, (c) devem organizar de maneira temporal e espacialmente o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam ser trabalhados de uma forma planejada.

Assim, os critérios de noticiabilidade surgem quando a definição de uma notícia legitima o processo produtivo, desde a utilização das fontes até a seleção dos acontecimentos e os modelos de confecção, e contribuem para evitar as críticas do público. Estes critérios entram em ação, portanto, quando é verificada a “aptidão” de um acontecimento para ser transformado em notícia.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos, seja do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas, no sentido de adquirirem a existência pública das notícias. Quando o acontecimento não é qualificado como notícia, ele não irá fazer parte dos conhecimentos do mundo adquiridos pelo público através das comunicações de massa.

Mauro Wolf resume assim o conceito de noticiabilidade: “corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1999).

O autor recorre ainda a uma frase de Altheide que conceitua o sentido de notícia: “A notícia é o produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objetivo reuní-los, fornecer avaliações, simples e diretas, acerca de suas relações e fazê-lo de modo a entreter os espectadores”.

Mas os critérios de noticiabilidade podem ser uma forma de criar uma distorção involuntária de um fato. Wolf acredita que o conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efetuar a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos apresentados como notícias. Logo, estes critérios podem assumir duas posições nos veículos jornalísticos: se por um lado eles podem ser flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros, por outro eles podem influir na forma que a organização usa para produzir a informação.

Assim, conceituado os critérios de noticiabilidade, deve-se levar em conta que um dos componentes deste processo são os valores/notícia. Estes valores são encontrados nas respostas das seguintes perguntas, segundo Wolf: “Quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?”

Antes de mais nada, vale informar que as escolhas das notícias através destes critérios devem ser de fácil aplicação, para que não haja uma longa reflexão. Os critérios também devem ser facilmente racionalizados, pois, no caso de uma notícia ter que ser substituída por outra, haja um bom motivo para tal. Os critérios também podem ser flexíveis, para poderem adaptar a infinita variedade de acontecimentos disponíveis, e também, devem ser orientados para a eficiência, de forma a garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas, com o menor gasto de tempo e dinheiro. Mas para evitar o caos, estes critérios devem ser aplicados naquela organização que possui uma hierarquia em que aqueles que possuem mais poder possam impor a sua opinião sobre os critérios para uma determinada notícia.

Jorge Pedro Souza (2002) apresenta, em sua obra, uma teoria que mostra os efeitos que a notícia produz na sociedade. O autor afirma que é necessário conhecer os conteúdos das notícias para se saberem os efeitos que ela pode causar. A notícia se esgota somente na fase em que ela é consumida, justamente quando ela gera os seus efeitos emotivos.

Os meios de comunicação assumem assim, um papel de orientador da sociedade. As pessoas, dos mais variados grupos sociais, se “encontram” através da mídia. Logo, se cria uma dependência que a sociedade em geral tem dos meios de comunicação, pois as pessoas vão buscar se manterem informadas e receber orientações da vida cotidiana.

Souza (2002) afirma que quando mais uma sociedade está sujeita a instabilidade ou à mudança, mais as pessoas, os grupos e as organizações dependem da comunicação social para compreenderem o que acontecem, receberem orientações e saberem como agir. As notícias, enfim, causam os seguintes efeitos na sociedade:

(a) Efeitos cognitivos: as notícias moldam as percepções que as pessoas têm da realidade, podem levar ela a tomar atitudes e formular pensamentos mais baseados na notícia do que na própria realidade, esses efeitos geram a aculturação, reforçam ou colocam em questão determinadas crenças, propõe ou rejeitam novos valores, concorrem para a aquisição de conhecimento e aumentam ou diminuem a distância das pessoas em termos de conhecimento. Ou seja, as pessoas passam a pensar apenas nas idéias que foram difundidas pela mídia, perdendo a sua consciência própria. Um outro exemplo ocorre quando os grupos minoritários da sociedade tender a calar-se quando não veem seus modos de vida refletidos nas notícias.

(b) Efeitos afetivos: mesmo dirigida ao público de maneira racional, a notícia provoca fortes emoções no público. As notícias podem contribuir para o aumento ou a diminuição dos afetos, por exemplo, através da exposição prolongada a mensagens violentas, no primeiro caso, podem concorrer para o desenvolvimento de sentimentos de medo e insegurança e até de pânico. Dependendo do caso, as notícias ainda podem “destruir” grupos, organizações ou membros de uma sociedade em geral.

(c) Efeitos comportamentais: As notícias podem ter efeitos sobre as pessoas, ativando ou desativando comportamentos. Os efeitos comportamentais são notados quando se verifica

a conseqüência dos efeitos citados acima. No entanto, vale lembrar que os efeitos de uma notícia são relativos, pois dependem de cada consumidor de uma maneira em particular.

Jorge Pedro Souza (2000) apresenta uma teoria de notícia unificada, cuja fórmula é: a notícia é o resultado da interação simultaneamente histórica e presente de forças de matriz pessoal, social (organizacional e extra-organizacional), ideológica, cultural, do meio físico e dos dispositivos tecnológicos, tendo efeitos cognitivos, afetivos e comportamentais sobre as pessoas, o que produz efeitos de mudança ou permanência e de formação de referências sobre as sociedades, as culturas e as civilizações.

O conceito de Souza (2002) pode ser usado para resumir cada uma destas forças da seguinte maneira: (a) força pessoal: as notícias resultam parcialmente das pessoas e das suas intenções, da capacidade pessoal dos seus atores e dos atores que nela e sobre ela intervêm; (b) força social: as notícias são frutos das dinâmicas e dos constrangimentos do sistema organizacional, particularmente do meio organizacional em que foram construídas e fabricadas, (c) força ideológica: as notícias são originadas por conjuntos de idéias que moldam processos sociais, proporcionam referentes comuns e dão coesão aos grupos, normalmente em função de interesses, mesmo quando esses interesses não são conscientes e assumidos, (d) força cultural: as notícias são um produto do sistema cultural em que são produzidas, que condiciona quer as perspectivas que se têm do mundo quer a significação que se atribui a esse mesmo mundo, (e) força do meio físico: as notícias dependem do meio físico em que são fabricadas, (f) força dos dispositivos tecnológicos: As notícias dependem dos dispositivos tecnológicos usados no seu processo de fabrico, (g) força histórica: As notícias são um produto da história, durante a qual agiram as restantes forças que enformam as notícias que existem no presente.

No caso da força pessoal, valoriza-se a imagem que o jornalista pode passar para a sociedade. Souza relata que Johnstone, Slawski e Bowman (1972) mostraram que alguns

jornalistas se consideravam neutros. Enquanto alguns creditavam suas carreiras a atuarem como um mero canal de transmissão da notícia, outros se viam como participantes da história, acreditando os profissionais precisam pesquisar para desenvolver as histórias. Já a força social ocorre no sentido de que as notícias são influenciadas por fatores como a rede que os jornalistas estendem para pescar acontecimentos, dignos de se tornarem notícia, e também são frutos da influência de fatores como a audiência e o mercado.

A força ideológica ocorre quando as notícias tendem a possuir um conteúdo ideológico que decorre das práticas profissionais. Neste caso, as notícias transformam-se num produto para a amplificação dos poderes dominantes, para a definição do legítimo e do ilegítimo, do normal e do anormal e para a sustentação do *status quo*.

Shoemaker e Reese, citados por Souza, afirmam que a força cultural atua quando as histórias jornalísticas, para serem atraentes, tendem a integrar os mitos, parábolas, lendas e histórias orais mais proeminentes numa determinada cultura. Já Hall diz que os jornalistas não se limitam a usar definições culturalmente determinadas, pois têm de integrar novas situações em velhas definições. Por isso, muitas notícias são repetitivas, o que acentua a sensação de que não existe novidade sem mudança.

Um jornalista que tem um bom ambiente de trabalho para trabalhar está usando a força do meio físico e do dispositivo tecnológico em seu campo de atuação. Hoje, além de um bom lugar para exercer a profissão, o jornalista possui o suporte do computador para seu trabalho. Por exemplo, o cruzamento de texto e infografia contribuiu para a generalização e para a reformulação das forças de noticiar, criando novos generos jornalísticos, que são os infográficos. Souza explica que “com a introdução dos computadores, tornou-se também mais fácil e de difícil detecção manipular digitalmente imagens e até criá-las”.

E a força histórica ocorre quando a evolução do tempo reflete-se sobre todos os fatores já citados na atualidade. O critério de noticiabilidade ganhou uma maior dimensão quando surgiu o telegrafo, por exemplo, ou com os adventos da urbanização e da alfabetização, que contribuíram para o aparecimento dos primeiros jornais generalistas. Hoje, com a internet, os avanços nos processos de transmissão e difusão de informação trouxeram uma nova forma de fazer notícia.

2.3 As rotinas de produção

Baseando-se no conceito de Wolf, de que o jornalismo é uma atividade imersa em procedimentos caóticos, sobretudo porque lida com o imprevisível e a novidade. Segundo Motta (2002, p.84) “a organização do trabalho jornalístico está orientada para captar mais os acontecimentos pontuais, que representam ruptura, do que os constantes, que representam permanência, estabilidade”.

Na atual sociedade da informação, notícias são produzidas “em série” considerando três fatores, de acordo com Golding e Elliot, citados por Rodrigo Alsina (1989): audiência, acessibilidade e conveniência. Para estar em consonância com esses fatores, o jornalismo precisa definir critérios de noticiabilidade e técnicas de planejamento capazes de dar conta daquilo que será veiculado.

Sobre os critérios de noticiabilidade, Motta (2002) afirma, baseando-se em Mauro Wolf, que, “para adquirir o estatuto de notícia (...), o fato necessita ter os atributos chamados valores-notícia”. E completa: “Citando diversos autores, Wolf fala em nível hierárquico dos indivíduos envolvidos, impacto, sobre a nação, proximidade, quantidade de pessoas envolvidas, significância futura, novidade, recenticidade ou atualidade, e interesse público (critério abstrato e difícil de ser definido, segundo ele). Estes ‘valores-notícia’ não são igualmente importantes, sua hierarquia e

combinação variam de lugar, circunstâncias e meio de comunicação. A noticiabilidade de cada fato parece ser produto da complementaridade e reciprocidade de seus atributos.”

Outros “valores-notícia” também citados por Motta podem ser mencionados, como a disponibilidade (ou acessibilidade); capacidade do fato de ser visualizado (sobretudo no caso da televisão); exclusividade; e equilíbrio ou seleção de um tema apenas para equilibrar um noticiário. Entretanto, é importante considerar que os critérios de noticiabilidade não se estabelecem apenas pelos atributos dos fatos em si, mas também pelas circunstâncias e exigências da natureza do trabalho jornalístico. Assim, Wolf apud Pereira Júnior (1998) aponta que a noticiabilidade pode ser entendida como “um conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de um entre um número imprevisível e indefinido de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”. Tuchman (1938) reitera esse conceito, lembrando que “a noticiabilidade de um fato é um fenômeno extremamente negociado, construído pelas atividades de uma completa burocracia definida para supervisionar a rede informativa”.

Essa “burocracia” necessita definir estratégias de previsibilidade e planejamento, as quais se refletem e se efetivam, muitas vezes, pela rotinização do trabalho dos profissionais. Pereira Júnior (2000) é bastante enfático nesse sentido ao apontar que, numa redação, “tudo é organizado no sentido de que fatos imprevistos não afetem a produção diária do telejornal”. Vejamos o que diz Vieira (1991:21) sobre os procedimentos técnicos do jornalismo: “Eu tenho a concepção de que um jornal é uma questão de criar uma cultura orgânica jornalística uniformizada por critérios básicos (...) a atividade jornalística é muito contraditória: trata-se de uma atividade regida pela imperfeição. Por isso acho que procedimentos técnicos são vitais para circunscrever a possibilidade até estatística de erros (...)”

Motta (2002) explica que a noticiabilidade introduz práticas estáveis numa matéria-prima (os fatos que ocorrem no mundo), que é por natureza variável. E estabiliza a rotina da produção industrial nas empresas jornalísticas. Assim, faz notícia aquilo que é suscetível de ser trabalhado pela empresa jornalística sem demasiada alteração do ciclo produtivo normal. A noticiabilidade de um fato é avaliada quanto ao seu grau de interação aos processos rotineiros de produção industrial da notícia. Segundo este raciocínio, os ‘valores-notícia’ operacionalizam as práticas profissionais nas redações, sugerindo o que deve ser escolhido, omitido, realçado. São regras práticas que guiam os procedimentos profissionais nas redações, fácil e rapidamente aplicáveis, orientados para a eficiência produtiva.”

Dessa forma, para dar conta da cobertura dos fatos que atendem aos critérios de noticiabilidade do telejornalismo, os jornalistas criam mecanismos de previsibilidade, que levam em consideração o fato em si, as exigências do trabalho jornalístico e o material humano que o desenvolve.

Entre os vários mecanismos estabelecidos nas redações, cita-se a definição de pautas do dia; produção de matérias “frias”; divisão das notícias em blocos; entrevistas gravadas antecipadamente; definição de escalas de pessoal para coberturas jornalísticas especiais; recomendações das chefias para eventos previstos, datas comemorativas e/ou desdobramentos de fatos que já tiveram repercussão na TV ou em outras mídias; entre outros. Isso significa que, pelas suas características de dinamicidade, registro e formação de um presente contínuo, o jornalismo requer medidas que sistematizem a “linha de produção” de notícias, a fim de que o material ganhe ordem, forma, e se adapte às normas que o suporte determina.

Desta maneira, esses dois fatores – os critérios de noticiabilidade e as estratégias de planejamento típicas do jornalismo – influenciam diretamente a maior ou menor presença das

rotinas de produção. E, graças a estas, notícias factuais prescrevem formas de organização e estruturação bem específicas.

Entre os critérios de noticiabilidade e os mecanismos de previsibilidade/planejamento, atuam vários elementos, como a linha editorial; relação tempo X espaço na elaboração das notícias; temários; fluxo de informações que chegam às empresas; quantidade de pessoas envolvidas no processo de produção; infra-estrutura disponível; relação com a publicidade e patrocinadores; experiência dos profissionais de comunicação; natureza dramática do fato a ser noticiado; definição da grade de programação; compromisso com a audiência; controle e aferição dos materiais produzidos; e transformações tecnológicas.

2.4 O jornalismo como forma de conhecimento: o lead e a “pirâmide invertida” na visão de Adelmo Genro Filho

Em “O segredo da pirâmide invertida” Adelmo Genro Filho (1989) propõe uma discussão sobre a concepção de jornalismo. Ele faz críticas à visão funcionalista ("teoria do espelho" - de que o jornalismo seria um retrato fiel da realidade) e à visão frankfurtiana (o jornal visto como mercadoria). Para o autor, o jornalismo não é um retrato fiel da realidade, nem pode ser reduzido à categoria de mercadoria, mas deve ser entendido de uma forma mais complexa, como uma forma de conhecimento.

Genro Filho parte de discussões como o uso do lead e da "pirâmide invertida", que são típicos do jornalismo padrão norte-americano. As abordagens que predominaram nas últimas décadas giram em torno da comunicação de massa, da publicidade e das técnicas de informação, sem destacar o jornalismo como um objeto específico a ser desvendado. Em geral, o jornalismo

tem sido considerado como simples modalidade da comunicação de massa e mero instrumento de reprodução da ideologia das classes dominantes.

A exigência do lead como uma característica do jornalismo moderno parece estar situada em outro campo, bem mais fundamental que essa alegada facilidade de leitura, (FILHO, 1987). O caráter pontual do *lead*, sintetizando as informações básicas geralmente no começo da notícia, situa o fenômeno como uma totalidade empírica que estivesse se manifestando diretamente aos sentidos do leitor, ouvinte ou telespectador. O relato constituído pelo ângulo da singularidade dos eventos torna-se, a um só tempo, referencial e pleno de dinamismo. (Eventualmente, esse efeito pode ser obtido por outros meios, especialmente por técnicas literárias ou estéticas, mas essa não é a regra para otimizar a informação jornalística). Os fatos não aparecem decompostos analiticamente, pois isso produziria uma descontração e até dissolução do aspecto fenomênico e singular do evento.

A notícia jornalística reproduz o fenômeno enquanto tal, resguardando sua aparência e forma singular, ao mesmo tempo que insinua a essência no próprio corpo da singularidade, enquanto particularidade delineada em maior ou menor grau e universalidade virtual. A informação jornalística sugere os universais que a pressupõem e que ela tende a projetar. É na face aguda do singular e nas feições pálidas do particular que o universal se mostra como alusões e imagens que se dissolvem antes de se formarem.

O lead permite que, através da natureza lógica e abstrata da linguagem, constituída pela generalidade intrínseca dos conceitos, seja retomado o percurso que vai do abstrato ao concreto, não pela via da ciência, mas pela reprodução do real como singular-significativo, (GENRO FILHO, 1987). O real aparece, então, não por meio da teoria, que vai apanhar o concreto pela sua reprodução lógica, mas *recomposto* pela abstração e pelas técnicas adequadas numa cristalização singular e fenomênica plena de significação, para então ser percebido como experiência vivida.

Conforme Ricardo Cardet, a principal condição do jornalismo é a veracidade: "Por isso, a principal condição da informação jornalística não é nem a brevidade, nem a clareza, nem a simplicidade da linguagem, mas sim a veracidade dos dados. A essência de qualquer notícia é que o fato seja verdadeiro, mesmo que esteja redigido com erros de ortografia".

Pode-se perceber que, também, para Cardet, a discussão ética sobre o jornalismo transforma-se numa deontologia vulgar, perfeitamente identificada com a tradição do jornalismo norte-americano, que exige dos profissionais apenas o relato neutro dos fatos.

Como se os fatos fossem pré-existentes às notícias enquanto realidades factuais unitárias e já dotados integralmente de significação, antes de sua seleção, estruturação e reprodução pela consciência tanto dos jornalistas (repórteres, editores, redatores, etc.) como dos receptores da informação (GENRO FILHO 1987). Segundo o autor, dizer que os jornalistas não devem mentir, inventar, distorcer, caluniar é como afirmar que as pessoas devem ser honestas. O problema, aqui, é ultrapassar o óbvio, obter um consenso sobre o conceito de honestidade. Quanto ao jornalismo, a dificuldade seria conseguir um acordo sobre o que é a verdade, quais são os fatos que merecem ser relatados e sob que ângulo político, ideológico e filosófico.

A crítica da "ideologia da objetividade" é feita por muitos autores. Porém, em geral, ela não vai ao fundo da questão, resumindo-se a aspectos sociológicos e psicológicos referentes à inevitabilidade da opinião. Muitos entre aqueles que se colocam numa perspectiva crítica em relação ao capitalismo não conseguem se livrar do mito que mais combatem: a "informação objetiva". Em geral fecham a porta da frente e deixam entreaberta a porta dos fundos, por onde penetra sinuosamente a idéia irresistível da objetividade pura finalmente revelada. Ciro Marcondes Filho é um deles. A idéia de uma informação objetiva - pelo menos enquanto meta - é acalentada pelo autor como possibilidade teórica, embora reconheça a impossibilidade de realizá-

la plenamente. Esta objetividade estaria situada num plano relativista, a partir de um distanciamento crítico dos interesses e enfoques parciais.

A primeira notícia redigida segundo a técnica da "pirâmide invertida" teria aparecido no The New York Times em abril de 1861 (GENRO FILHO, 1987). A partir da segunda metade no século XX, alguns dos mais importantes periódicos latino-americanos passaram a publicar notícias das agências norte-americanas, redigidas segundo esse modelo. Nesse período, essa técnica se espalhou gradativamente, tendo chegado no Brasil exatamente em 1950, pela iniciativa do jornalista Pompeu de Sousa.

Alguns aceitam a tese de que a "pirâmide invertida" surgiu por uma deficiência técnica, um acaso que contemplou, ao mesmo tempo, o comodismo dos leitores e o interesse dos jornais em suprimir os parágrafos finais quando chegava um anúncio de última hora. "A narração cronológica - diz Eleazar Diaz Rangel -, que dominou o que poderia chamar-se toda uma primeira etapa na evolução da notícia, respeitava a ordem em que se sucederam os fatos e era necessário ler todo o relato para inteirar-se do que havia ocorrido. Para os novos leitores que a imprensa conquistou, resultava muito mais prático essa estrutura da "pirâmide invertida". Mais adiante, o autor complementa que o leitor, assim, informa-se brevemente e não pergunta pelas circunstâncias dos fatos. Essa nova estrutura da notícia não foi planejada para chamar o leitor à reflexão, mas apenas "para informá-lo superficialmente, para adormecê-lo, fazê-lo indiferente e evitar que pense"

Deixando de lado o simplismo da tese segundo a qual a "pirâmide invertida" teria nascido de uma circunstância tecnológica e se generalizado por comodismo ou para impedir a consciência crítica dos leitores. Vejamos um comentário crítico pertinente, lembrado pelo próprio Diaz Rangel: "De todos, o mais importante é aquele que diz que essa maneira de estruturar a notícia cria uma tendência a uniformizar os primeiros parágrafos, os *leads*, e desestimula a criatividade, e iniciativa dos repórteres". (GENRO FILHO, 1987, p 132.)

A idéia da "pirâmide invertida" pretende encarnar uma teoria da notícia mas, de fato, não consegue (GENRO FILHO, 1987). Ela é apenas uma hipótese racional de operação, uma

descrição empírica da média dos casos, conduzindo, por esse motivo, a uma redação padronizada e não à lógica da exposição jornalística e à compreensão da epistemologia do processo. Somente uma visão realmente teórica do jornalismo pode, ao mesmo tempo que oferecer critérios para a operação redacional, não constranger as possibilidades criativas mas, ao contrário, potencializá-las e orientá-las no sentido da eficácia jornalística da comunicação.

De fato, o *lead*, como momento agudo, síntese evocativa da singularidade, normalmente deverá estar localizado no começo da notícia. Porém, nada impede que ele esteja no segundo ou até no último parágrafo, como demonstram certos redatores criativos.

Segundo Adelmo Genro Filho, a tese da "pirâmide invertida" quer ilustrar que a notícia caminha do "mais importante" para o "menos importante". Há algo de verdadeiro nisso. Do ponto de vista meramente descritivo, o *lead*, enquanto apreensão sintética da singularidade ou núcleo singular da informação, encarna realmente o momento jornalístico mais importante. Não obstante, sob o ângulo epistemológico - que é o fundamental - a pirâmide invertida deve ser revertida, quer dizer, recolocada com os pés na terra. Nesse sentido, a notícia caminha não do mais importante para o menos importante (ou vice-versa), mas do singular para o particular, do cume para a base. O segredo da pirâmide é que ela está invertida, quando deveria estar como as pirâmides seculares do velho Egito: em pé, assentada sobre sua base natural.

3 Jornalismo Esportivo

3.1 A história do jornalismo esportivo no Brasil

O Jornalismo Esportivo no Brasil tomou grandes proporções depois da década de 60. O futebol se consolidou como o principal esporte do país e se tornou uma paixão nacional. Devido a esta grande popularização do esporte, os diários começaram a se interessar pela cobertura esportiva. A partir daí, surgiram os cadernos especiais e os jornais especializados em esportes.

Duvidar foi o esporte preferido até mesmo de gente experiente, que vivia de escrever para os cadernos especializados, já no meio do século 20. João Saldanha fez uma previsão no final dos anos 60, quando um aventureiro resolveu lançar não um caderno, mas uma revista inteiramente dedicada ao futebol. “Placar” nunca sairia dos primeiros números, imaginava Saldanha, que prestou inestimáveis serviços ao esporte brasileiro. (Jornalismo Esportivo, COELHO, 2003, p.8).

A importância dos veículos que se dedicavam ao esporte começou cedo. Em São Paulo, na década de 1910, havia páginas de divulgação esportiva no jornal “Fanfulla”. Não se tratava de periódico voltado para as elites, mas atingia um público cada vez mais numeroso na São Paulo da época: os italianos. Um aviso não muito pretensioso de uma das edições chamava-os a fundar um clube de futebol. Foi assim que nasceu o Palestra Itália, que se tornaria Palmeiras décadas mais tarde, no meio da Segunda Guerra Mundial. Nesse tempo, as poucas páginas dedicadas a esporte nos diários paulistanos falavam sobre outra guerra. A travada entre os são-paulinos, que sonhavam tomar à força o estádio Parque Antártica dos palestrinos, (COELHO, 2003).

A “Fanfulla” é, até hoje, a grande fonte de consulta dos arquivos do Palmeiras sobre as primeiras décadas do futebol brasileiro. O jornal trazia relatos de página inteira num tempo em que esse esporte ainda não cativava multidões. E informava as fichas de todos os jogos do clube dos italianos. Até mesmo dos que incluíam times de aspirantes palestrinos contra os segundos quadros de equipes do interior. Não existia o que se pode chamar hoje jornalismo esportivo. Mas

SE não fossem aqueles relatos, ninguém jamais saberia, por exemplo, quando e qual foi o primeiro jogo do velho Palestra.

Nem do velho Corinthians, nem do Santos, nem que o futebol do Flamengo só nasceu em 1911, apesar de o clube ter sido fundado para a prática do remo 16 anos antes. A primeira cesta no Brasil, o primeiro saque. Tudo foi registrado. Porque nas redações do passado – e isso se verifica também nas de hoje em dia – havia sempre alguém disposto a cortar uma linha a mais dedicada ao esporte.

No início do século 20, o Rio de Janeiro pulsava e impulsionava o Brasil. Os jornais dedicavam também cada dia mais espaço ao futebol. Mais do que nas demais cidades do país. Os jogos dos grandes times da época aos poucos foram ganhando destaque. Até que o Vasco, em 1923, venceu a Segunda Divisão apostando na presença dos negros em seus quadros.

De acordo com Paulo Vinícius Coelho, autor do livro "Jornalismo Esportivo", era a popularização que faltava. Os negros entravam de vez no futebol, tomavam a ponta no esporte. O Vasco foi campeão carioca pela primeira vez em 1924, apesar da oposição dos outros grandes, que sonhavam tirá-lo da disputa alegando que o clube dos portugueses e negros não possuía estádio à altura de disputar a Primeira Divisão.

Os portugueses construíram o estádio de São Januário e nunca mais saíram das divisões de elite do futebol do país. Nos anos 30, o "Jornal dos Sports" nasceu no Rio de Janeiro. A rigor, foi o primeiro diário exclusivamente dedicado aos esportes no país. O primeiro a se contrapor a realidade que tomou conta de todos os diários esportivos.

Durante todo o século XX, dirigir redação esportiva queria dizer tourear a realidade (COELHO, 2003). Lutar contra o preconceito de que só os de menor poder aquisitivo poderiam tornar-se leitores desse tipo de diário. O preconceito não era infundado, o que tornava a luta ainda mais inglória. De fato, menor poder aquisitivo significava também menor poder cultural e,

conseqüentemente, ler não constava de nenhuma lista de prioridades. E se o futebol – como os demais esportes – dela fizesse parte, seria necessário ao apaixonado ir ao estádio, isto é, ter menos dinheiro para comprar boas publicações sobre o assunto.

Assim, revistas e jornais de esportes foram surgindo e desaparecendo com o passar dos anos. No Rio de Janeiro, a “Revista do Esporte” viveu bons anos entre o final da década de 1950 e o início dos anos 60. Viu nascer Pelé, o Brasil ganhar títulos mundiais, viu o futebol, seu carro-chefe, viver momentos de estado de graça. E nem assim sobreviveu às adversidades.

No final dessa década, o jornalista paulistano Roberto Petri lançou seu próprio diário esportivo: “O Jornal”. Não durou. Petri voltou a trabalhar em emissoras de rádio como Gazeta, Difusora e Bandeirantes, até concentrar-se nos comentários sobre o futebol argentino na ESPN Brasil, no final dos anos 90, (COELHO, 2003).

Só no fim da década de 1960, os grandes cadernos de esportes tomaram conta dos jornais. Ou melhor: em São Paulo, surgiu o “Caderno de Esportes”, que originou o “Jornal da Tarde”, uma das mais importantes experiências de grandes reportagens do jornalismo brasileiro. Dessa época para cá, os principais jornais de São Paulo e do Rio lançaram cadernos esportivos e deles se desfizeram como se tratasse de objeto supérfluo. Gastar papel com gols, cestas, cortadas e bandeiradas nunca foi prioridade.

Nem no Brasil, dito país do futebol, que só teria revista esportiva com vida regular nos anos 70. A Itália, por sua vez, lançava seu primeiro exemplar de revista dedicada exclusivamente aos esportes em 1927. A Argentina também. Países com muito mais vocação para o assunto, mesmo que esta seja muito mais cultural do que esportiva.

De todo jeito, a partir da segunda metade dos anos 60, com cadernos esportivos mais presentes e de maior volume, o Brasil entrou na lista dos países com imprensa esportiva de larga

extensão. Não quer dizer de alta ou baixa qualidade. A primeira depende muitas vezes da quantidade de profissionais indicados para trabalhar na área.

Em 1925 o futebol já era o esporte nacional. O Brasil havia sido bicampeão sul-americano em 1919e, em 1922, faltavam apenas cinco anos para o início da primeira Copa do Mundo, mas o profissionalismo só chegaria ao país oito anos mais tarde. Para o autor, quando os clubes começaram a remunerar os jogadores, uma grande polêmica foi lançada no país. Em 1929 o Paulistano, clube de maior número de títulos estaduais possuía até então, decidiu não manter equipes de futebol. Seus dirigentes achavam um absurdo pagar jogadores para que entrassem em campo e jogassem futebol. Até hoje há quem pense assim, (COELHO, 2003).

Os sócios de futebol do Paulistano não se conformaram, não achavam justa a decisão do clube de acabar com um departamento tão vitorioso e que passava a se tratar com tanta seriedade. Depois da construção de vários estádios no Brasil, o país voltou a ter interesse pela organização do torneio do torneio. Os jornais dedicavam espaços mínimos para o que já parecia ser a paixão popular. “O Correio Paulistano”, por exemplo, liberava apenas uma coluna para as matérias que incluíam futebol e duas para o turfe.

Os jornais dedicavam aos esportes o espaço que lhes era possível. Evidentemente não havia na época a cultura dos grandes jornais de hoje, com cadernos inteiros dedicados aos esportes. Havia pequenas colunas, mais por questão de espaço do que por falta de interesse. A partir dos anos 40 o futebol ganhou os relatos apaixonados em espaços cada dia maiores. Nos diários cariocas, especialmente, com Mário Filho e Nelson Rodrigues.

Mário Filho era o irmão mais velho de Nelson. Ele não dizia mas, mais era rubro-negro de coração, (COELHO, 2003). Mário foi o fundador do “Jornal de Sports”, no início dos anos 30, mesma época em que o futebol começou a se profissionalizar. O jornal acompanhou a primeira grande crise do futebol brasileiro. A instauração do profissionalismo, criou uma divergência

tanto no futebol do Rio quanto no de São Paulo. Em 1935 e 1936 houve dois campeonatos simultâneos em São Paulo. No Rio, a crise começaria em 1933, ano em que se firmou o profissionalismo. Os jornais cariocas acompanharam tudo como puderam. Com pouco espaço e dando mais destaque ao que acontecia dentro de campo do que a briga política entre todos os times. Isso até a pacificação em 1937, quando entrou na moda o melhor estilo carioca de divulgar o futebol.

Hoje em dia, o futebol é o esporte mais popular do mundo. Em praticamente todos os países do mundo ele é praticado e possui ligas e confederações. São bilhões de torcedores em todo o mundo, que torcem pelos seus clubes e por suas seleções nacionais. O evento esportivo mais lucrativo e esperado do mundo é a Copa do Mundo, ocorrida de quatro em quatro anos e acompanhada por mais da metade da população mundial. Esse esporte mundial movimenta quantias imensuráveis de dólares anualmente, devido a contratos televisivos e patrocínios, assim como devido à transação de jogadores. Porém, como tudo, o Futebol teve a sua origem, e teve os seus primeiros anos.

Como sabemos, o futebol está inserido na sociedade brasileira e também dentro de cada brasileiro. Mesmo daquele que não gosta do esporte tem um time que prefere mais, e sempre torce para a seleção nacional na Copa do Mundo. Desde pequeno todo cidadão brasileiro conhece o futebol, e começa a se inteirar com ele. Mas tudo isso tem uma origem (RAMOS, 1984).

Segundo Waldeny Caldas autor da tese "O pontapé inicial. Contribuição à memória do futebol brasileiro", muito se discute, principalmente na historiografia atual, sobre o surgimento do Football no Brasil. A tese "oficial" é aquela que coloca o filho de ingleses Charles Willian Miller como o patriarca do futebol brasileiro. Em 1894, Miller teria trazido da Inglaterra, onde passara 10 anos estudando, uma bola de futebol, e algumas camisas, e ensinou os sócios do São Paulo Athletic Club (SPAC) a praticarem tal jogo tão difundido na Bretanha. Outros autores dizem

que o Football chegou ao Brasil com marinheiros ingleses em 1872, no Rio de Janeiro ou que foram os trabalhadores ingleses das fábricas de São Paulo que trouxeram o futebol. Estudos nos mostraram que o futebol já era praticado no Brasil em diversos colégios pelo Brasil. Em 1880 já se praticava o esporte no colégio São Luiz, em Itu; em 1886 se praticava no colégio Anchieta, no Rio de Janeiro; também no Rio, em 1892, se praticava o "esporte bretão" no colégio Pedro II. A data real do aparecimento do futebol no Brasil realmente não interessa, o que interessa é o caminho que o esporte seguiu no Brasil em seus primeiros anos.

De acordo com Waldenyr Caldas, o primeiro grande jogo, aquele que empolgou a platéia, foi realizado em São Paulo, em 1899, na presença de sessenta torcedores. de um lado, estava o time formado pelos funcionários da empresa Nobling; do outro, os ingleses que trabalhavam na Companhia de Gás, da Estrada de Ferro e do Banco (inglês). No final, um resultado sem novidades: vitória dos ingleses por 1 x 0. . Os clubes de elite começaram a se organizar e a fazer partidas de futebol entre si. Os primeiros amistosos entre clubes surgiram em São Paulo nos anos de 1899/1900, com os clubes do São Paulo Athletic, Germânia(atual E.C. Pinheiros) , Mackenzie e a Internacional, todos com sócios da elite paulistana e de várias origens , como americanos, ingleses e alemães. A partir daí, em 1902, surgiu a Liga Paulista de Football, com apenas cinco clubes, os quatro já mostrados acima mais o C. A. Paulistano. A liga organizou o primeiro campeonato paulista de futebol, cujo campeão seria o São Paulo Athletic que possuía Charles Miller, o responsável pelo futebol no Brasil.

Segundo Ronaldo Helal autor do livro “Passes e Impasses: futebol e cultura de massa no Brasil”, as narrativas das trajetórias de vida dos ídolos esportivos frequentemente focalizam características que os transformam em heróis, enquanto as dos ídolos da música ou dramaturgia, por exemplo, raramente salientam estas qualidades.

A explicação para este fato reside no aspecto agonístico, de luta, que permeia o universo do esporte. A competição é inerente ao próprio espetáculo. Ambos, ídolos do esporte e da música, se transformam em celebridades, porém, os primeiros são mais facilmente considerados “heróis”. Edgar Morin (1980) e Joseph Campbell (1995) chamam a atenção para a diferença entre celebridades e heróis. Enquanto os primeiros vivem para si, os heróis devem agir para “redimir a sociedade”.

A saga clássica do herói fala de um ser que parte do mundo cotidiano e se aventura a enfrentar obstáculos considerados intransponíveis, os vence e retorna a casa, trazendo benefícios aos seus semelhantes (Campbell, 1995:36). Esta característica do “ídolo-herói” acaba por transformar o universo do esporte em um terreno fértil para a produção de mitos e ritos relevantes para a comunidade (HELAL, 1997).

3.2 A tendência esportiva

De acordo com Coelho, o jogo entre Botafogo e Fluminense é chamado de “Clássico Vovô”, porque é o clássico entre os clubes mais antigos do futebol do Rio. O jogo entre Flamengo e Vasco ficou conhecido nos anos 40 por “clássico dos milhões”, por produzir milhões de cruzeiros nas bilheterias dos estádios. Flamengo e Fluminense? O “Fla-Flu” nasceu quarenta minutos antes do nada, como diria Nelson Rodrigues, (COELHO, 2003). Não há clássico no Brasil que reúna tanta história. Segundo Coelho, fruto do jeito carioca de fazer jornalismo, ou, talvez nem seja jornalismo. As crônicas de Nelson Rodrigues e Mário Filho tinham vida própria, não podiam ser chamadas de jornalismo. Um exemplo claro, é o texto em que Mário elogiava o atleta do Fluminense Telê. “Telê joga os noventa minutos. Dito assim, parece simples. Todo

jogador joga noventa minutos. Seria assim se não fosse Telê. Telê é o ponteiro dos segundos. Não para nunca”.

De acordo com o autor, as crônicas de Nelson Rodrigues também não podiam ser jornalismo, mesmo depois de virar para Armando Nogueira no Maracanã dos anos 50 e perguntar o que foi que eles tinham visto. A dificuldade de enxergar de Nelson Rodrigues que tinha miopia, tirava a possibilidade de enxergar qualquer coisa em jogo de futebol. Mas apesar disso, o romance era seu principal alvo. Crônicas recheadas de drama e de poesia enriqueciam as páginas dos jornais em Nelson Rodrigues e Mário Filho escreviam. Para Coelho, até o jogo violento, como Bangu e Flamengo, que decidiu o Campeonato Carioca de 1966, era tratado por eles com rara dramaticidade. Essas crônicas motivaram o torcedor a ir ao estádio para o jogo seguinte e, especialmente a ver seus ídolos em campo. A dramaticidade servia para aumentar a idolatria em relação a este ou aquele jogador. Entre a lenda e a verdade, a literatura vai sempre preferir a lenda. O jornalismo deve preferir a verdade. O que pode indicar que o tipo de crônica citada não era, exatamente jornalismo.

O fato é que há espaço para todos. O que se espera habitualmente de todo grande jornal é a mistura dos dois estilos. É impossível ler Nelson Rodrigues sem se dar conta da imprecisão de seus relatos sobre o jogo. A imprecisão diminuiu muito nas páginas dos jornais a partir dos anos 70, graças ao compromisso da imprensa de contar a verdade O que exclui o mito. O resultado é, muitas vezes, uma crônica tão desprovida de paixão que é capaz de jogar na vala comum atletas que certamente já merecem seu lugar na história, exemplos como: Rivaldo, Ronaldo e Romário.

O problema é que, o que é verdade, o que é opinião, o que é lenda se misturam e nem todo mundo sabe distinguir o que é jornalismo do que não é . Mas a maneira como os principais jornalistas esportivos de cada tempo se referem aos jogadores de cada época, produz discussões difíceis de se corrigir. A cobertura da imprensa no esporte sempre misturou emoção e realidade

em proporções muitas vezes equivalentes. Segundo Paulo Vinícius Coelho, a emoção também faz parte do jornalismo, como bem mostraram as crônicas de Nelson Rodrigues no passado.

Na cobertura de esportes especializados ou olímpicos o risco é sempre menor, pois são esportes de menor divulgação pela mídia como: basquete, vôlei, tênis. Em algumas dessas modalidades, o atleta exige especialização do jornalista, é preciso que o profissional conheça bem o esporte, as regras e histórias. E ela se dá exclusivamente pela experiência adquirida. Neste tipo de cobertura os atletas carecem de divulgação e muitas vezes ajudam aos que chegam aos ginásios com a finalidade de aprimorar-se. Em pouco tempo, o repórter ganha respeitabilidade, menos pelo conhecimento técnico de que dispõe e mais pelo reconhecimento dos atletas pelo fato de ele estar lá, disposto a aperfeiçoar-se.

Em São Paulo, jornalistas como Nicolau Radamés e Marcelo Laguna especializaram-se em esportes olímpicos. Não são especialistas deste ou daquele esporte, mas em esportes olímpicos de maneira geral. Laguna diz que prefere trabalhar nessa área por receber pressão infinitamente menor a que atribuída no jornalismo do futebol, (COELHO, 2003). Especializar-se nunca é demais segundo o autor, a questão quando se trata de esportes olímpicos de pouca divulgação no Brasil, é saber esperar pela hora certa de o trabalho aparecer. Pode durar anos ou nunca se concretizar. Por isso, é tanto melhor saber por que a escolha recai sobre essa ou aquela modalidade.

4 A espetacularização da notícia

4.1 A sociedade do espetáculo

Antônio Albino Canelas Rubim (2000) trata o espetáculo na mídia, como sendo essencial para a construção das sociedades humanas. O autor tira conclusões a partir das questões levantadas por outros autores, de acordo com a evolução da sociedade. Um pensador importante citado por Rubim em sua análise, é Debord (1997), ele aponta espetáculo, mercadoria e capitalismo como estritamente relacionados.

Para Albino o espetáculo faz parte da evolução do capitalismo. Para o autor, o espetáculo remete ao sensacional o extraordinário, às vezes o que pode até ser produzido. Mas também levanta a hipótese do espetáculo que não está previsto.

Segundo Rubim (2000), o espetáculo se encontra midiaticizado, inserido na evolução cultural de uma sociedade cada vez mais industrializada, ou seja capitalizada. A relação hoje com a mídia é muito privilegiada, isso pode ser identificado claramente com a produção, fabricação e veiculação por parte dos meios de comunicação de espetáculos culturais, sociais e religiosos entre outros. As olimpíadas, mega-festivais de música, copas do mundo, exemplificam as apresentações espetaculares do contemporâneo.

Um ponto muito importante levantado pelo autor é a diferenciação entre espetacularização e midiaticização. A midiaticização pode ser considerada uma mera veiculação de algo pela mídia. Ao contrário, algo forjado ou não pelos veículos de comunicação, pode persuadir e prender a atenção dos espectadores para fins comerciais. A mídia não pode ser sempre relacionada ao espetáculo, pois se tudo que fosse veiculado na mídia tivesse o caráter de espetáculo este conceito perderia a validade.

O que acontece na sociedade atual é que há uma forte tendência ao espetacular. Podemos perceber tal fato com a popularização e a diversidade das mídias presentes no cenário atual. A emergência do capitalismo é uma forte características para a produção do espetáculo. O segundo ponto, é o principal responsável pela espetacularização da mídia. A informação e o entretenimento viraram mercadorias cada vez disputadas. Além disso, nós os receptores, passamos viver em função dos objetos produzidos pela mídia. Criamos necessidades, desejos e alimentamos a própria produção destas mercadorias.

O que se pode perceber é que o espetáculo já faz parte da sociedade, já está implícito. O maior problema tem sido a utilização desta relação por parte dos principais veículos de comunicação. É preciso saber a diferenciar o real do imaginário, o que é produzido e o que é veiculado (RUBIM 2000).

A conexão entre mídia e espetáculo torna-se, por conseguinte, privilegiada na atualidade. Tal enlace recobre a fabricação e veiculação, como programação, de espetáculos pela mídia e a transmissão de espetáculos culturais, políticos, religiosos e de outros tipos forjados por outros entes sociais. Mas certamente os espetáculos do contemporâneo, por excelência, porque realizados em afinidade eletiva com a nova sociabilidade, apresentam uma tal envergadura, que só podem ser operados através do acionamento conjunto da mídia com outros atores sociais, ambos produtores notórios de espetáculos. As copas do mundo de futebol, os mega-festivais de música, as olimpíadas, as grandes festas populares exemplificam glocalmente, com enorme exatidão, as celebrações espetaculares do contemporâneo. (Antonio Albino Canelas Rubim, 2000, pg 18).

Guy Debord (1997), em *A sociedade do Espetáculo*, retrata o espetáculo como uma forma assumida pelo capitalismo, na época em que a economia atingiu a plena independência. O “espetáculo” de que fala Debord (1997) vai muito além dos meios de comunicação de massa, que representam somente o seu aspecto mais visível e mais superficial. O autor explica que, o espetáculo é uma forma de sociedade em que a vida real é pobre e fragmentária, e os indivíduos são obrigados a contemplar e a consumir passivamente as imagens de tudo o que lhes falta em sua existência real.

De acordo com Debord (1997), a imagem não obedece a uma lógica própria. A imagem é uma abstração do real, e o seu domínio, isto é, o espetáculo, significa que ele seja um mediador do mundo. A abstração generalizada, porém, é uma consequência da sociedade capitalista da mercadoria, da qual o espetáculo é a forma mais desenvolvida. A mercadoria se baseia no valor de troca, em que todas as qualidades concretas do objeto são anuladas em favor da quantidade de dinheiro que este representa. No espetáculo, a economia, de meio que era, transformou-se em fim, a que os homens submetem-se totalmente, e a alienação social alcançou o seu ápice: o espetáculo é uma verdadeira religião terrena e material, em que o homem se crê governado por algo que, na realidade, ele próprio criou.

Segundo Debord (1997), é preciso que se tenha um olhar para outras estrelas, homens políticos. que vivem na sociedade. A realidade torna-se uma imagem, e as imagens tornam-se realidade; a unidade que falta à vida, recupera-se no plano da imagem. Enquanto a primeira fase do domínio da economia sobre a vida caracterizava-se pela notória degradação do ser em ter, no espetáculo chegou-se ao aparecer. As relações entre os homens já não são mediadas apenas pelas coisas, como no desejo de mercadorias, mas diretamente pelas imagens.

Uma característica importante nos conceitos do autor é que se criou um mundo à parte, houve um rompimento ainda que momentâneo com a ordem. Os gestos e as palavras dos movimentos de contestação já foram absorvidos pela mídia e, portanto, pelo imaginário popular. Ou seja, já não produzem mais os efeitos almejados. Desgastados pela mídia, tornaram-se peças da sociedade do espetáculo, marionetes em um mundo no qual a imagem prevalece sobre o real. De acordo com Guy Debord (1997), há um mundo onde imagem e real, espetáculo e realidade, já são indistinguíveis. Trata-se, agora, de deformar o espetáculo, como atores que, rompendo os limites estreitos do roteiro, se rebelassem em cena e - por um átimo - resvassem perigosamente em direção ao caos.

O autor explica que o espetáculo confunde-se com a própria sociedade, com uma parte dela e como se fosse um instrumento de unificação. O espetáculo é real e a realidade surge do próprio espetáculo, essa recíproca é base da sociedade.

Guy Debord (1997) também aponta a mercadoria como fator fundamental para a construção da sociedade do espetáculo. Para o autor o espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. O pensador considera a popularização da mercadoria como uma segunda revolução industrial, onde o consumo alienado se torna essencial para a própria produção alienada. O consumidor do real passa a consumir o imaginário, a mercadoria é considerada uma ilusão, e o espetáculo sua manifestação.

Um desses eixos aponta o espetáculo como expressão de uma situação histórica em que a “mercadoria ocupou totalmente a vida social”. Espetáculo, mercadoria e capitalismo estão umbilicalmente associados. Desse modo, a sociedade do espetáculo pode ser interpretada como conformação avançada do capitalismo, como a etapa contemporânea da sociedade capitalista. (Debord, 1997, p.30).

Dessa forma, para dar conta da cobertura dos fatos que atendem aos critérios de noticiabilidade do telejornalismo, os jornalistas criam mecanismos de previsibilidade, que levam em consideração o fato em si, as exigências do trabalho jornalístico e o material humano que o desenvolve.

Entre os vários mecanismos estabelecidos nas redações, cita-se a definição de pautas do dia; produção de matérias “frias”; divisão das notícias em blocos; entrevistas gravadas antecipadamente; definição de escalas de pessoal para coberturas jornalísticas especiais; recomendações das chefias para eventos previstos, datas comemorativas e/ou desdobramentos de fatos que já tiveram repercussão na TV ou em outras mídias; entre outros. Isso significa que, pelas suas características de dinamicidade, registro e formação de um presente contínuo, o

jornalismo requer medidas que sistematizem a “linha de produção” de notícias, a fim de que o material ganhe ordem, forma, e se adapte às normas que o suporte determina.

Desta maneira, esses dois fatores – os critérios de noticiabilidade e as estratégias de planejamento típicas do jornalismo – influenciam diretamente a maior ou menor presença das rotinas de produção. E, graças a estas, notícias factuais prescrevem formas de organização e estruturação bem específicas.

Entre os critérios de noticiabilidade e os mecanismos de previsibilidade/planejamento, atuam vários elementos, como a linha editorial; relação tempo X espaço na elaboração das notícias; temários; fluxo de informações que chegam às empresas; quantidade de pessoas envolvidas no processo de produção; infra-estrutura disponível; relação com a publicidade e patrocinadores; experiência dos profissionais de comunicação; natureza dramática do fato a ser noticiado; definição da grade de programação; compromisso com a audiência; controle e aferição dos materiais produzidos; e transformações tecnológica

4.2 A espetacularização da notícia

Segundo José Arbex Júnior, o espetáculo da notícia, os acontecimentos históricos, políticos, econômicos, formatados nas diversas mídias e vendidos a um módico preço. A expressão da verdade através de um retrato fiel dos fatos, mostrando ser as guardiãs dos valores democráticos são o que se auto-intitulam os jornais e a chamada “grande” imprensa burguesa. Mas na verdade, o que há são interesses mais contundentes para as megacorporações midiáticas do que contar um evento com maior acurácia possível. Partindo desta reflexão, Arbex analisa a lógica do jornalismo contemporâneo em “Showrnalismo: a Notícia como Espetáculo”. Dando um salto histórico, já pelo final do século XX, os chamados meios de comunicação de massa

(jornal, revista, televisão, rádio) passaram a ter cada vez mais importância e poder de decisão nos rumos políticos e econômicos. Isso se intensificou após as megafusões de empresas de mídia fundindo-se com outras gigantes da comunicação.

Arbex Jr. (2001) analisa vários fatores que considera responsáveis pela transformação do jornalismo em show. A informação abundante, a concorrência, a busca incessante por furos e a exaltação da novidade, são alguns dos responsáveis por decompor a notícia em mercadoria altamente perecível. Essa mercadoria tem como matéria-prima "nossos próprios preconceitos e convicções, assim como nosso temor de enfrentar a instabilidade em um mundo cada vez mais complexo", afirma o autor. Arbex defende o jornalismo mais objetivo possível, destituído de sensacionalismo e tendenciosidade.

O autor analisa a história contemporânea e a atividade jornalística em tempos atuais para dissecar o massacre do jornalismo espetacularizado e dominado pelas grandes corporações. A parábola da luta do passado com o futuro ajudará a encontrar o caminho para salvaguardar o leitor desse massacre.

A expansão econômica é o principal fator dessa exterioridade do espetáculo. O mundo é dominado pela mercadoria, um processo em que a quantidade substituiu a qualidade. Desde a antigüidade a economia é formada de superação social. Quando os artesãos deixaram de desenvolver suas atividades e criaram uma linha de produção, aumentaram os seus rendimentos e os lucros. "A economia transforma o mundo, mas transforma-o somente em mundo da economia." (DEBORD, 2000, p. 127). Segundo Arbex, a sensação de "falta de tempo" para entender a fundo os fatos estimula o recurso ao clichê, ao preconceito e à reiteração de concepções já formadas, elementos disseminados entre a imprensa mundial filiada ao padrão CNN de "agilidade". Diante desse "Showjornalismo" diário, ele se pergunta se é possível fazer

uma reflexão histórica sobre o contemporâneo a partir das metáforas através das quais a televisão e a imprensa “explicam” o mundo.

De acordo com o autor, a convivência da amnésia com a memória é o mecanismo fundamental do jogo praticado pela mídia. Basicamente, constitui um imenso banco de dados que aposta permanentemente no esquecimento como condição básica para apresentar o ‘velho’, o ‘já visto’, como o ‘sempre novo. As metáforas construídas pela mídia ocorrem nesse contexto preciso, em que, à falta de novas (e velhas) utopias, instaura-se a ‘ética da sobrevivência’”(ARBEX, 2001,p 158.).

Na análise das implicações políticas, econômicas e sociais do poder adquirido pela mídia na sociedade contemporânea, sobraram fagulhas principalmente para a Folha de São Paulo, que, com o seu “Projeto Folha”, adotado no início dos anos 90, “introduziu no Brasil, em ritmo acelerado, uma lógica empresarial que a moderna imprensa capitalista construiu ao longo de várias décadas nos Estados Unidos e na Europa”. (ARBEX, 2001).

A essa lógica empresarial, somaram-se os requintes de manipulação do tal “pensamento único”. E o pior é que a receita foi adotada, inconscientemente, até por gente de bem no meio jornalístico. Contra tal diagnóstico, a leitura de “Showrnalismo” é uma das poucas terapias disponíveis.

Outro aspecto interessante de “Showrnalismo” está no âmbito que a cultura possui em privilegiar a percepção visual como fonte principal de conhecimento. O problema está, pois, no relato de um acontecimento. Seja pelo jornalismo que só assistiu uma parte do evento, seja pela imagem que selecionou um fato para gravar condicionar nosso olhar e nossa memória individual, moldando-os. Segundo Arbex, a televisão cria mundos “reais” é o caso da teleonela, nos quais o olhar empresta uma realidade, vivida no íntimo do telespectador, com o consentimento do mesmo. Sob este ponto de vista, a publicidade e a propaganda têm papel essencial, pois

“estabelece modelos a serem seguidos, os padrões estéticos, físicos, comportamentais, etc.” em nossa sociedade, como atesta o autor. Os valores ideológicos são expurgados, e em seu lugar, a lógica de mercado é massivamente imposta em quase toda a produção jornalística.

A mídia está totalmente atrelada a esse lado mercadológico, portanto é profundamente corruptível pelo fator capital, vivendo da guerra pelas largas fatias de audiência. A televisão é o grande ícone desse campo, pela sua capacidade de transmissão “simultânea” e pela abrangência que possui. Ela utiliza a reificação [coisificação] e a alienação do povo para comandar as suas vidas conforme os interesses comerciais.

Por meio do poder da TV, é que se desenrolam a cultura de massa, a coisificação, a alienação, os quais afetam diretamente nosso corpo social que floresce em uma sociedade de relações baseadas em imagens, aquela sociedade dita “de Espetáculo”. “Somos resultado e parte integrante de uma cultura que privilegia a percepção visual como fonte principal do conhecimento” (ARBEX JR., 2001, p. 34.).

A mídia trouxe à sociedade de espetáculo através do poder da televisão. Além das questões da abrangência e da utilização da imagem como artifício de verossimilhança, a tevê é perigosa pela sua habilidade de “aliança” com os campos político e financeiro enquanto passa uma imagem de imparcialidade e democracia. “É a sua capacidade de condicionar o imaginário, moldar percepções, gerar consensos, criar a base psicossocial para uma operação de grande envergadura, como a guerra.” (ARBEX, 2001, p. VII.) Então, a televisão utiliza-se do conceito de neutralidade e respeitabilidade do campo jornalístico para mover o mundo a seu bel prazer, impregnando em nós um jornalismo preocupado com o furo, preocupado em ser o primeiro; um jornalismo guiado pelo sensacionalismo e pelo *show* de novidades, seguindo uma estrutura embasada na veiculação de notícias de variedades. O jornal nos oferece a notícia como um *show*, como um espetáculo, da mesma forma que nos fala José Arbex Jr (2001)., em *Showrnalismo*.

5 As Olimpíadas como um espetáculo: a abordagem dos jornais mineiros sobre o desempenho dos atletas brasileiros na competição

Este capítulo analisa reportagens publicadas nos jornais *Hoje em Dia* e *Estado de Minas* no período das Olimpíadas de Atenas. A análise vai fazer um quadro comparativo entre as notícias dos veículos e identificar em que medida as características citadas no quadro teórico estão presentes no texto

5.1 A cobertura esportiva sob o enfoque da notícia-espetáculo: universo de análise

A transformação da informação em mercadoria (GOMES, 1998) tem feito com que os meios de comunicação utilizem vários recursos para atrair a atenção do receptor. Os veículos impressos se caracterizam por usar efeitos gráficos e textuais para despertar o interesse do leitor. Este capítulo fará um comparativos destes recursos utilizados pelos jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia*.

Os jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia* são os veículos impressos de maior circulação do estado de acordo com Instituto Verificador de Circulação em pesquisa em março de 2002. A Olimpíada é considerado o maior evento esportivo do mundo e atrai toda a atenção da imprensa para o período em que é realizado.

Os Jogos Olímpicos são um conjunto de provas esportivas de caráter mundial, disputadas de 4 em 4 anos em cidades escolhidas junto ao Comitê Olímpico Internacional (C.O.I.). Os jogos olímpicos Modernos começaram a se celebrar em 1896 são na verdade, uma nova versão dos festivais esportivos que os gregos realizavam, também de 4 em 4 anos.

Neste capítulo, serão analisadas as matérias referentes aos resultados do maratonista Wanderlei Cordeiro, da ginasta Daiane dos Santos e da seleção brasileira de voleibol masculino.

O *Estado de Minas* durante as Olimpíadas de Atenas produziu um Caderno Especial sobre o evento. Neste caderno, o jornal trazia a cobertura completa dos atletas brasileiro e das principais provas dos jogos. O *Hoje em Dia* abriu grande espaço em seu Caderno de Esportes para a cobertura dos Jogos Olímpicos. Durante o evento quatro a cinco páginas do caderno eram destinadas a notícias das Olimpíadas.

Wanderlei Cordeiro de Lima conquistou a medalha de Bronze na maratona das Olimpíadas de Atenas. O brasileiro liderou a prova até a metade quando foi atacado pelo irlandês Neil Horan. O irlandês já havia invadido a pista do autódromo de Silverstone no GP da Inglaterra de Fórmula 1, de 2003. O ex-padre justificou sua atitude dizendo que uma profecia bíblica ordenou que ele entrasse na frente do carro do australiano Mark Weber, da Jaguar. Os sermões inflamados de Horan provocaram seu afastamento da Igreja Católica, em 1994, após seus superiores ordenarem que ele realizasse tratamento psiquiátrico.

A ginasta Daiane dos Santos principal esperança de medalha de ouro para o Brasil terminou em quinto lugar:

Favorita ao ouro, a ginasta gaúcha Daiane dos Santos, 21, disse que o nervosismo a atrapalhou durante a sua apresentação que a deixou de fora do pódio nos exercícios de solo nos Jogos Olímpicos de Atenas, nesta segunda-feira. (FOLHA ON-LINE, 2004)

A seleção brasileira de voleibol masculino foi considerada favorita por todo o ano olímpico.

Com as conquistas de dois Campeonatos Sul-Americanos (2001 e 2003), do Campeonato Mundial (2002), da Copa do Mundo (2003), e de três títulos da Liga Mundial (2001, 2003 e 2004), a Seleção Brasileira de vôlei masculino é considerada umas das favoritas à medalha de ouro. (PORTAL TERRA, 2004)

5.2 Os jornais:

5.2.1 Jornal *Hoje em Dia*

O *Hoje em Dia* foi fundado em 11 de novembro de 1988 por um grupo de empresários ligados ao então governador de Minas Gerais Newton Cardoso, no contexto de um conflito entre o governador e o jornal *Estado de Minas* (FRANÇA, 1998). O *Hoje em Dia* é um jornal diário com dez editorias, entre Caderno Principal, Minas, Esportes, Política Economia, Brasil, Mundo, Cultura, Classificados Inteligentes e Opinião (LINDENBERG, 2005).

O *Hoje em Dia* sofreu, até 1991, quatro mudanças em seu projeto editorial, destacado-se por ser o primeiro jornal mineiro a imprimir cores em suas páginas e por, já no primeiro ano, procurar, através de correspondentes, cobrir a maior parcela do Estado mineiro (LINDENBERG, 2005).

O periódico já conquistou duas vezes o prêmio Esso de jornalismo: a primeira em 1991 com a série de reportagens sobre a operação arrastão e o segundo pela cobertura sobre as vítimas do massacre em Eldorado dos Carajás em 1997. Neste mesmo ano, o jornal destacou-se pela cobertura jornalística do Encontro das Américas, produzindo, durante o evento, edições simultâneas em português, inglês e espanhol.

No ano de 1998, se consolidou como o segundo em circulação no Estado tendo sua tiragem cerca de 150.000 exemplares auditada pelo Instituto Verificador de Circulação – IVC. O jornal publica diariamente os cadernos de Política, Opinião, Nacional, Internacional, Esportes, Economia, Cultura, Minas e Classificados Inteligentes.

5.2.2 Jornal *Estado de Minas*

O *Estado de Minas* periódico fundado em 1927 por Augusto de Lima Júnior é herdeiro do *Diário da Manhã* que deixou de circular em 06 de março de 1928, voltando no dia seguinte com o título de *O Estado de Minas*.

Em 1929, o jornal fundado por Mendes Pimentel, Pedro Aleixo e Juscelino Barbosa, passava por sérias dificuldades financeiras, seu controle foi negociado e em 12 de maio já circulava como integrante dos Diários Associados, grupo pertencente a Assis Chateaubriant. No ano de 1930, o periódico perde o artigo do título e é transferido oficialmente para os Diários Associados, consolidando-se, então, o nome atual *Estado de Minas*.

Até 1991, os repórteres do *Estado de Minas* haviam ganho dezesseis prêmios Esso de Jornalismo. Com relação à sua política editorial, Vera França Veiga (1998), informa que o jornal, já na sua fundação, preocupou-se em marcar a identidade de um veículo de comunicação comprometido com os interesses minérios, acima de qualquer posição partidária ou questões pessoais. O jornal alinhou sua política editorial às forças do poder nos grandes momentos da vida política estadual e nacional (CARRATO, 1996).

5.2.3 Análise descritiva

5.2.3.1 "Os meninos de ouro do vôlei" e o bicampeonato

No *Estado de Minas* do dia 30 de agosto, segunda-feira, na página 29 do Caderno Especial, o título destacava: *Mais um ouro para a coleção*. A foto principal destacava o bloqueio brasileiro de Giba e André Heller sobre os italianos. Segundo a matéria, essa foi a principal arma

do time brasileiro na final das Olimpíadas e os dois atletas os destaques da partida. A foto foi colocada no alto da página centralizada, dando bastante destaque para estes jogadores.

Em outra foto, o jornal destacou o técnico Bernardinho. A foto mostrava os atletas erguendo o treinador em comemoração ao título. Com estas duas fotos, o *Estado de Minas* deu um destaque maior para os jogadores Giba e André e para o técnico Bernardinho.

No dia seguinte, o jornal deu destaque à comemoração dos jogadores na festa de encerramento das Olimpíadas. Na capa do Caderno Especial, a página destacava o capitão do time Nalbert e o levantador Ricardo. Na matéria interna, uma foto mais ampla da festa, colocada no alto da página com quatro colunas, mostrava todos os atletas do time na festa de encerramento e comemoração ao evento. Na matéria interna, o jornal ainda destacava uma foto de um jogador do time italiano, que segundo o jornal se renderam aos brasileiros.

Na matéria veiculada pelo *Estado de Minas* que dava destaque à conquista do ouro olímpico pela seleção masculina de voleibol, o título era o seguinte: *Mais um ouro para a coleção*. Na edição do dia 30 de agosto, segunda-feira, do *Estado de Minas*, primeira edição, a seleção de voleibol masculino ganhou grande destaque no Caderno Especial sobre as Olimpíadas. A matéria ocupou uma página inteira do caderno, com o texto em seis colunas, duas infografias e uma retranca.

O jornal trouxe uma infografia com a “era Bernardinho” na seleção brasileira, seu histórico de conquistas e vitórias. Na retranca da matéria, o título é *Fernanda volta a sorrir*. O título se refere à mulher do técnico brasileiro que estava feliz pela conquista do marido. Fernanda foi eliminada dos Jogos Olímpicos nas semifinais com a seleção feminina de voleibol.

No jornal *Hoje em Dia* do dia 30 de agosto, segunda-feira, a campanha do voleibol masculino também ganhou grande destaque. A vitória da seleção brasileira foi à matéria principal e de capa do jornal. Na primeira página uma foto de quatro colunas destacava o técnico

Bernardinho sendo erguido pelos jogadores brasileiros. O técnico foi o principal destaque do jornal *Hoje em Dia*. Na matéria interna mais uma foto do treinador comemorando o último ponto na final, foi colocada para exemplificar que, segundo o jornal depois que Bernardinho assumiu a seleção o Brasil vem em um ciclo de vitórias.

No jornal *Hoje em Dia* também do dia 30 de agosto, o impresso traz o seguinte título: *Brasil vence e leva o bi olímpico no vôlei*. A matéria do *Hoje em Dia* buscou destacar o jogo, a vitória em cada set e a dificuldade em vencer o adversário, as variações usadas pela seleção para surpreender os italianos na final olímpica. O jornal usou poucas fontes e destacou o ciclo do técnico Bernardinho frente à seleção, sua permanência e seus projetos para o futuro.

O *Hoje em Dia* também trouxe uma retranca enfocando a homenagem feita dos companheiros para o jogador Henrique. O atleta foi cortado às vésperas das Olimpíadas e viu os amigos conquistar o ouro olímpico de longe. Na premiação os companheiros estenderam a camisa do meio de rede no alto do pódio. O jornal dramatizou a situação do atleta mineiro, o jornal narrou o dia do jogador durante a realização da partida em Atenas, a reação e a emoção do atleta com a homenagem feita pelos companheiros. O *Hoje em Dia* buscou chamar a atenção do leitor para a matéria pelo drama do atleta que poderia ter conquistado uma medalha olímpica, e foi cortado antes do embarque da seleção para Atenas.

5.2.3.2 Wanderlei Cordeiro: um herói de bronze

A matéria veiculada pelo *Estado de Minas* 1ª edição, no dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, no Caderno Especial das Olimpíadas, traz o seguinte título: *Vanderlei é exemplo de elegância e superação*.

A matéria foi capa do jornal e dedicou uma página do Caderno Especial das Olimpíadas. Na primeira página do impresso, foi colocada uma foto do maratonista no momento em que foi atacado pelo irlandês Neil Horan. A foto ocupava três colunas na capa do impresso. A imagem na primeira página do jornal destaca o principal acontecimento das Olimpíadas segundo o veículo, quando um irlandês invadiu a pista e atacou o brasileiro.

No caderno especial, mais duas fotos ocuparam quase metade da página. As fotos foram colocadas lado a lado. Uma foto demonstrava a chegada de Vanderlei da prova e a outra a premiação, nesta o vencedor da prova Stefano Baldini conduzia o maratonista ao alto do pódio, segundo o *Estado de Minas* em reconhecimento ao seu esforço.

Vanderlei Cordeiro também ganhou grande repercussão no dia seguinte à repercussão da matéria. Na capa do Caderno Especial das Olimpíadas, o maratonista ganhou uma foto de meia página. Na matéria interna mais uma página inteira foi dedicada ao brasileiro, com mais duas fotos. Vanderlei está ao lado de membros do COB, que pedem o ouro olímpico para o atleta. Outra foto foi colocada na matéria, uma foto ilustrativa do ex-padre Neil Horan que atrapalhou Vanderlei durante a prova. O jornal procurou dar destaque ao pedido do COB, para que o brasileiro ganhasse o ouro.

O título da reportagem, *Vanderlei é exemplo de elegância e superação*, refere-se à prova da maratona das Olimpíadas de Atenas quando o brasileiro foi atacado pelo padre irlandês Neil Horan, o padre já havia prejudicado também uma corrida de Fórmula 1, em 2003.

Na reportagem do jornal *Estado de Minas*, primeira edição, do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, o jornal dedica uma página inteira do Caderno Especial para Vanderlei Cordeiro. O texto em cinco colunas está acima de duas fotos, da chegada e da premiação do brasileiro. No começo da matéria, o jornal procurou informar o leitor sobre o resultado do maratonista

Vanderlei Cordeiro e o período que precedia a prova, mas dava indícios do principal enfoque a ser dado pelo veículo.

O *Estado de Minas* também trouxe uma retranca na mesma página com uma entrevista com o professor de fisiologia da UFMG Emerson Silami Garcia. A retranca explicava as conseqüências da quebra de ritmo do maratonista Vanderlei Cordeiro na prova, quando foi atacado pelo irlandês. O jornal procurou justificar a quebra de ritmo do atleta brasileiro que liderava a prova até o 35º km da maratona e foi ultrapassado por dois adversários depois do acontecimento.

No jornal *Hoje em Dia*, do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, 1ª edição, duas fotos de capa deram grande destaque para Vanderlei Cordeiro. A matéria tinha o seguinte título: *Bronze de Vanderlei Cordeiro vale é ouro*. O jornal deu grande importância ao acontecimento da prova e ao seu desfecho. As fotos ficaram lado a lado entre o texto da matéria e na parte inferior da página. A primeira destaca a invasão do irlandês na prova e a outra mostrava o atleta erguendo a bandeira brasileira no pódio. Na matéria interna, o jornal trouxe mais uma foto do brasileiro comemorando o resultado. A foto exemplifica a matéria que dizia, *Bronze de Vanderlei Cordeiro vale ouro*.

No dia seguinte Vanderlei Cordeiro ainda era destaque do impresso. O jornal trouxe na capa uma foto de Vanderlei Cordeiro com a medalha de Bronze, na capa a fonte da legenda era do COB (Comitê Olímpico Brasileiro). Na matéria interna do jornal nenhuma foto foi colocada para ilustrar ou identificar a reportagem. Na matéria o jornal também procurou dar destaque ao pedido do COB, mas não ilustrou a reportagem.

O jornal *Hoje em Dia* traz a seguinte chamada: *Nem trapalhão tira o bronze na maratona*. O jornal cita a invasão mas também destaca o resultado do maratonista. O jornal

enfoca a medalha de bronze conquistada por Vanderlei Cordeiro mesmo sendo prejudicado com a invasão do padre irlandês no meio da prova.

O *Hoje em Dia* também enfocou em sua matéria o pedido do COB (Comitê Olímpico Brasileiro), para que a medalha de ouro fosse concedida a Vanderlei Cordeiro. A matéria também traz uma entrevista com o presidente do COB, Carlos Artur Nuzman. O jornal procura deixar claro para o leitor que o brasileiro foi prejudicado e que podia ter vencido a prova se não fosse atrapalhado pelo irlandês.

5.2.3.4 Daiane dos Santos: muitas expectativas e o consolo do quinto lugar

Na matéria da ginasta Daiane dos Santos no jornal *Estado de Minas* do dia 24 de agosto de 2004, terça-feira, o impresso dedica toda a última página do caderno especial à apresentação da brasileira. São duas fotos, a principal ocupa quase toda a página mostrando a ginasta executando os movimentos que, de acordo com o jornal foi frustrado. No canto da página, o *Estado de Minas* traz uma outra foto menor de uma coluna, mostrando a apreensão da ginasta esperando o resultado final de sua apresentação. As fotos representam dois momentos distintos, a apresentação de Daiane com muita concentração e a expectativa da brasileira pelo resultado, segundo o *Estado de Minas* a ginasta admitia um erro e não esperava brigar por um lugar no pódio.

Na edição do dia 24 de agosto de 2004 do *Estado de Minas*, o jornal traz o seguinte título: *Duplo twist frustrado*, o título faz referência ao resultado da ginasta Daiane dos Santos na final do solo. O título em duas linhas e cinco colunas com a palavra frustrado em negrito e vermelho destaca o erro da brasileira ao completar os movimentos na prova

Na matéria do dia 24 de agosto de 2004, terça-feira, do jornal *Estado de Minas*, primeira edição, a apresentação da ginasta Daiane dos Santos mereceu uma página do caderno especial dos Jogos Olímpicos. A matéria ocupou seis colunas de texto e com uma retranca. A matéria do jornal traz como única fonte a própria ginasta Daiane dos Santos que aponta os erros e porque eles aconteceram

O jornal *Hoje em Dia* no dia anterior, 23 de agosto de 2004, segunda-feira, chamava a atenção para a apresentação de Daiane dos Santos. Uma foto na capa do jornal da ginasta executando os movimentos de sua apresentação, explicitava para o leitor a confiança na vitória com que o jornal tratava a apresentação da brasileira. No dia após a apresentação da brasileira, o jornal não trouxe nenhuma foto de capa explicitando o resultado de Daiane dos Santos. Na página interna do jornal no caderno de esportes apenas a imagem de Daiane no momento em que foi anunciado o resultado, a expressão de da atleta com o quinto lugar. O *Hoje em Dia* deu muito enfoque aos dias em que precederam a final da ginástica olímpica, na expectativa da conquista do ouro de Daiane

O jornal *Hoje em Dia* do dia 24 de agosto de 2004, 1ª edição, traz o seguinte título: *Daiane dos Santos fica em quinto*. O jornal também deu objetividade a sua matéria usando como fonte o técnico da brasileira Daiane dos Santos, para tratar de forma mais consciente o resultado da ginasta. O jornal cita o erro da ginasta na apresentação, mas não atribui a ele a principal causa da perda da medalha olímpica. O jornal *Hoje em Dia* mostrou que a contusão de Daiane dos Santos, três meses antes dos Jogos Olímpicos, prejudicou a atleta, que teve pouco tempo para se preparar para a importante competição

5.2.4 Análise de conteúdo

5.2.4.1 Fotografias

As imagens ganharam força e destaque na imprensa como comprovação dos acontecimentos relatados pelas palavras. Pela sua força documental e a característica de representação da realidade, a fotografia transformou-se numa arma para o jornalismo. Na história do fotojornalismo, a atividade fotográfica teve papéis diferenciados, apesar de sempre trazer como função principal a documentação de determinado fato. O público atribui à fotografia uma importância fundamental na definição do estilo informativo e gráfico do jornal. Nesse contexto, fotografia e texto estabelecem uma relação dinâmica permanente e intensa. Por isso, a fotografia não é, para o público, um gênero menor ou um mero suporte ilustrativo, mas um contraponto informativo e dramático do texto (FERNANDES, 2004).

Desde seu surgimento e ao longo de sua trajetória, até os nossos dias, a fotografia tem sido aceita e utilizada como prova definitiva, “testemunho da verdade” do fato ou dos fatos. Graças a sua natureza físico-química – e hoje eletrônica – de registrar aspectos (selecionados) do real, tal como estes de fato se parecem, a fotografia ganhou elevado *status* de credibilidade (KOSSOY, 2000).

O fotojornalismo é importante, já que, por vezes, as imagens fotográficas têm grande impacto (basta recordarmos as fotos do Vietname ou o caso do Presidente Itamar Franco, do Brasil, surpreendido com Lillian Ramos) e são maciçamente usadas por agências, jornais e revistas, participando também na construção da identidade da Imprensa e das agências e assumindo um papel relevante na apreensão da informação impressa (SOUZA, 1997).

5.2.4.2 Título

O título de um texto jornalístico desperta o interesse do leitor para o tema de que trata. De acordo com o Manual de Redação da *Folha de São Paulo*, deve ser uma síntese precisa da informação mais importante do texto e destacar o particular em detrimento do geral. Deve preencher necessariamente todo o espaço a ele destinado no diagrama e deve evitar reprodução literal das palavras iniciadas no texto. Os títulos devem constituir unidades de sentido por si só, não devem ser repetitivos em relação ao "lead", nem "matar" a informação contida nele (FERNANDES, 2004).

Os títulos e os antetítulos dos textos informativos devem ser sempre inspirados no "lead", o que implica o rigor deste. A liberdade "poética" de escolher o título noutra zona do texto, que não no "lead", não é admissível. Se o "lead" não está devidamente construído e não justifica o título, corrija-se o "lead". Mas, se o "lead" respeita as regras, não há razão alguma para que o antetítulo e o título fujam ao seu conteúdo (FERNANDES, 2005).

5.2.4.3 Reportagem

É o relato do acontecimento importante, feito pelo jornalista que tenha estado no local em que o fato ocorreu ou tenha apurado as informações relativas a ele. É o produto essencial da atividade jornalística. A reportagem é a representação de um fato ou acontecimento enriquecido pela capacidade intelectual, observação atenta, sensibilidade, criatividade e narração fluente do autor. Trata-se de uma especialidade a meio caminho entre o jornalismo e a literatura ou já dentro dos limites da literatura "E também uma arte" (DINES, 2004).

É preciso buscar um conceito de reportagem que não seja apenas "operacional" para o editor. Quase sempre ela é considerada como uma "notícia grande" ou matéria que exige

investigação mais demorada, sem considerações de ordem epistemológica capazes de esclarecer sua essência como modalidade jornalística.

Nilson Lage classifica reportagem como investigação (que parte de um fato para revelar outros que estão ocultos, um perfil ou situação de interesse); *interpretação*, em que um conjunto de fatos é analisado na perspectiva metodológica de uma ciência, especialmente sociológica e econômica (seria pertinente acrescentar "antropológica" ao enfoque de Lage); ou *literária*, que por tais métodos, busca revelar algo essencial de modo que não seja teórico-científico (FILHO, 1987).

Porém, o essencial na reportagem, e que estabelece um nexos entre aqueles aspectos apontados por Nilson Lage, é que a particularidade, como categoria epistemológica, assume uma relativa autonomia ao invés de ser apenas um contexto de significação do singular. Ela própria busca sua significação na totalidade da matéria jornalística, concorrendo com a singularidade do fenômeno que aborda e dos fatos que o configuram (FILHO, 1987).

Na reportagem, a singularidade atinge a particularidade sem, no entanto, superar-se ou diluir-se nela. Fenômeno semelhante ocorre na arte, tal como foi discutido no capítulo VII. Mas essa preservação do singular pode se dar, na reportagem, não só numa totalidade estética como igualmente numa totalidade sintético-analítica, que tanto pode propiciar um nível de apreensão teórico-científica propriamente dita, como simplesmente intuitiva. (GENRO FILHO. *O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, Tchê, 1987).

5.2.4.4 Lead

Segundo o Manual de Redação da *Folha de São Paulo*, é o texto introdutório de qualquer matéria jornalística. Há dois tipos de lead: o noticioso, no qual devem respondidas as perguntas básicas de qualquer fato (quem, o que, quando, onde, como e porque), e o não factual, onde o mais importante é conduzir a leitura de todo o texto. O lead permite que através da natureza lógica e abstrata da linguagem, constituída pela generalidade intrínseca dos conceitos, seja retomado o percurso que vai do abstrato ao concreto, não pela via da ciência, mas pela

reprodução do real como singular-significativo, (FILHO), 1987. O "lead" puro é aquele que introduz uma novidade absoluta, uma notícia em primeira mão. Frequentemente, porém, um fato cujos antecedentes são já conhecidos contém potencialidades informativas inexploradas e que ultrapassam em importância à própria revelação inicial do fato. (FERNANDES, 2004).

O lead é uma importante conquista da informação jornalística, pois representa a reprodução sintética da singularidade da experiência individual. As formulações genéricas são incapazes de reproduzir essa experiência.

O caráter pontual do lead, sintetizando algumas informações básicas quase sempre no início da notícia, visa à reprodução do fenômeno em sua manifestação empírica, fornecendo um epicentro para a percepção do conjunto. É por esse motivo que o *lead* torna a notícia mais comunicativa e mais interessante, pois otimiza a figuração singularizada da reprodução jornalística. Eventualmente, como foi dito, esse momento mais agudo da síntese pode estar localizado no segundo parágrafo, no meio ou mesmo no fim da notícia, obtendo-se efeito semelhante (FILHO, 1987).

5.2.5 As olimpíadas e os heróis brasileiros: uma análise da cobertura dos jornais mineiros

5.2.5.1 A notícia e os critérios de noticiabilidade

Na reportagem do jornal *Estado de Minas*, primeira edição, do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, o jornal dedica toda a página 31 do Caderno Especial para Vanderlei Cordeiro.

A notícia para o *Estado de Minas* se baseou no ataque do irlandês Neil Horan ao brasileiro Vanderlei Cordeiro e ao ato heroico do maratonista em completar a prova ainda em terceiro lugar. A notícia se estruturou em retratar o imprevisível. O *Estado de Minas* considerou o maratonista um verdadeiro herói. De acordo com Junito Brandão, a construção mítica da figura

do herói expressa o mundo e a realidade humana , cuja essência é uma realidade coletiva, que chegou até nós através de várias gerações. Desde estas antigas gerações vem se formando o arquétipo, que etimologicamente se traduz por modelo primitivo e constitui o conteúdo do inconsciente coletivo, a herança das vivências anteriores (BRANDÃO, 1993).

Ele sonhou, na noite que antecedia sua participação nos Jogos Olímpicos, que concluiria sua prova no pódio. Vanderlei Cordeiro de Lima só não imaginava que concretizaria seu sonho de uma forma tão acidentada e surpreendente. No berço da mais tradicional prova do atletismo, o fundista de 35 anos tornou-se o primeiro brasileiro a conquistar uma medalha na maratona, ficando com o bronze ao completar os 42.195m entre a cidade de Maratona e o Estádio Panathinaikos em 2h12min11. Poderia, no entanto, ter sido o ouro. (ESTADO DE MINAS, 2004)

O modernismo cultural “favoreceu o *éthos* anti-heróico”, com a valorização do prosaico e do ordinário, na contemporânea cultura de consumo, a vida heróica ainda é uma imagem importante. Só que esta é uma pseudo vida heróica, já que os heróis não são heróis, apenas “interpretam heróis”. Sua valorização está na capacidade de representar efeitos dramáticos e manter um fascínio sobre si. Em outras palavras, na capacidade de tornarem-se celebridades. “A característica que se exige das celebridades é que tenham uma *personalidade*, que possuam a capacidade do ator, no sentido de apresentar um eu colorido, de manter uma postura, um fascínio, um mister” (FEATHERSTONE, 1997).

A única fonte usada na matéria é o próprio Vanderlei, o jornal narrou o acontecimento destacando a opinião do brasileiro sobre a atitude do ex-padre irlandês Neil Horan, que o atacou e que já havia atrapalhado também uma corrida de Fórmula 1. O jornalista não é o sujeito do fato, ou seja, não sofre sua ação, então procura as fontes para poder construir a sua notícia. As fontes se reservam às declarações sobre os fatos ocorridos e cada um narra ao jornalista sua apreensão sobre o ocorrido. O jornalista apreende todas as representações possíveis e faz uma decodificação de todos os signos apreendidos por seus entrevistados (RODRIGUES, 2001).

O *Estado de Minas* também destacou na matéria a superação e a garra do brasileiro em terminar a prova. O jornal procurou mostrar que Vanderlei estava feliz com o seu resultado, dando um tom a matéria de que Vanderlei não seria um atleta rancoroso e que não estaria decepcionado por não conseguir a vitória. O jornal faz questão de destacar que o resultado de Vanderlei foi um marco para o atletismo brasileiro.

Consciente de sua façanha, após ter sido 41º em Atlanta'96 e ter abandonado em Sydney'00, Vanderlei preferiu comemorar o fato de chegar ao pódio foi premiado na cerimônia de encerramento, em pleno Estádio Olímpico, mas revelou decepção com o incidente. "Demorei para me dar conta do que era. Não esperava por isso e não tive reação. Meu maior medo era de que o cara carregasse uma faca, mas não culpo a organização. Vinha muito bem na prova e demorei para voltar ao ritmo, mas, prevaleceu o espírito olímpico, de garra e determinação. Realizei um sonho. Essa medalha é muito importante para mim, um bronze com valor de ouro". Após receber a medalha, ele foi festejado pelos demais atletas da delegação brasileira, aos gritos de "É ouro, É ouro". (ESTADO DE MINAS, 2004).

O *Estado de Minas* definiu que a principal notícia para entreter o público e o leitor seria destacar a superação do maratonista. Mauro Wolf (1999), com base nestas novas tendências da comunicação, explica que as notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal, ou seja, a notícia é o produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objetivo reuni-los, fornecer avaliações, simples e diretas, acerca de suas relações, e fazê-lo de modo a entreter os espectadores/leitores. A definição e a escolha daquilo que é noticiável são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para o que é mais factível, o que pode virar produto informativo no tempo possível e com recursos limitados. Em função destas rotinas produtivas, o fazer jornalístico vai ser marcado pela fragmentação da informação.

O *Estado de Minas* também trouxe uma retranca na mesma página com uma entrevista com o professor de Fisiologia da UFMG Emerson Silami Garcia. A retranca explicava as conseqüências da quebra de ritmo do maratonista Vanderlei Cordeiro na prova, quando foi atacado pelo irlandês. O jornal procurou justificar a quebra de ritmo do atleta brasileiro que

liderava a prova até o 35º km da maratona e foi ultrapassado por dois adversários depois do acontecimento.

Os efeitos sobre o organismo do atleta em uma circunstância como essa são terríveis. Não em relação à temperatura, pois eles estão acostumados, quando molham o corpo, a quedas repentinas. O prejuízo principal acontece com descarga de hormônios como a adrenalina, responsáveis pelos estados de alerta e atenção. É difícil quantificar o tempo de que ele precisou para voltar um ritmo de corrida mas, certamente, completou a prova com o emocional abalado. Como iria imaginar que, no meio de uma maratona, surgiria um cidadão justamente para atacá-lo? Poderia ser um terrorista com uma bomba”, alega. (GINI, 2004)

O jornal também procurou despertar o sentimento de emoção e comoção do público para o fato. Segundo Souza (2002) a notícia traz efeitos afetivos nas pessoas, mesmo dirigida ao público de maneira racional, a notícia provoca fortes emoções ao receptor. Jorge Pedro Souza (2002) afirma que é necessário conhecer os conteúdos das notícias para se saberem os efeitos que ela pode causar. A notícia se esgota somente na fase em que ela é consumida, justamente quando ela gera os seus efeitos emotivos.

Na reportagem veiculada no jornal *Estado de Minas*, do dia 30 de agosto de 2004, do Caderno Especial, referindo ao resultado de Vanderlei Cordeiro, o jornal traz o seguinte título: *Vanderlei é exemplo de elegância e superação*.

Com o título, *Estado de Minas* considera Vanderlei um verdadeiro herói. O jornal usa como referência para tal tratamento o resultado do brasileiro. Vanderlei, quando liderava a prova, foi atrapalhado e mesmo assim chegou ao final e na terceira colocação. O título, em duas linhas e cinco colunas, destacou à força de vontade e a determinação do atleta para conseguir o resultado e um lugar no pódio. O jornal também faz questão de destacar a superação de Vanderlei, trata o atleta como exemplo. Com esse título, o *Estado de Minas* enfoca apenas ao resultado de Vanderlei Cordeiro, que apesar da situação da prova ainda conseguiu um bom resultado.

O jornal *Hoje em Dia*, de 30 de agosto de 2004, segunda-feira, segunda edição, também trata Vanderlei Cordeiro como um herói, mas ao contrário do *Estado de Minas* que destacou a

determinação do brasileiro, o *Hoje em Dia* enfoca em sua matéria que a medalha de bronze do maratonista vale ouro. Na matéria do jornal *Hoje em Dia* o veículo buscou narrar os fatos de forma mais objetiva. A matéria tem o caráter de um jornalismo padronizado por regras de produção.

Vanderlei Cordeiro de Lima chegou em terceiro lugar na maratona de encerramento dos Jogos Olímpicos de Atenas, e ficou com a medalha de bronze, marcando o tempo de duas horas, 12 minutos e 11 segundos. A largada foi dada na cidade de Maratona, com chegada no Estádio Panathinaiko, onde foram realizados os Jogos de 1896. O brasileiro liderou a maior parte (dois terços) da mais famosa prova dos Jogos, e ainda passou por momento complicado, ao ser empurrado por um espectador. O incidente aconteceu seis quilômetros antes do encerramento da prova. Mesmo assustado, o atleta conseguiu se desvencilhar e voltar à corrida. Ao final, Vanderlei Cordeiro de Lima entrou no estádio simulando um avião, atrás do italiano Stefano Baldini (ouro, com duas horas, 10 minutos e 55 segundos) e do norte-americano Mebrahtom Keflezighi (prata, com duas horas, 11 minutos e 29 segundos). (HOJE EM DIA, 2004)

O *Hoje em Dia* adotou outros critérios para tornar o fato em notícia e despertar a atenção do leitor. O jornal enfocou em sua matéria o pedido do COB (Comitê Olímpico Brasileiro), para que a medalha de ouro fosse concedida a Vanderlei Cordeiro. A matéria também traz uma entrevista com o presidente do COB, Carlos Artur Nuzman. O jornal procura deixar claro para o leitor que o brasileiro foi prejudicado e que podia ter vencido a prova se não fosse atrapalhado pelo irlandês.

Não queremos tirar o ouro do italiano. Mas o Vanderlei não pode ser penalizado", disse Nuzman, que criticou a organização dos Jogos. "Não é admissível que o líder da prova não estivesse protegido por dois batedores. Não podemos garantir que o Vanderlei iria ganhar a prova, mas ele foi visivelmente prejudicado na disputa." A IAAF negou, no domingo, um protesto feito pelo COB e pela Confederação Brasileira de Atletismo. "Inicialmente, vamos mandar uma carta à IAAF dando à entidade a oportunidade de reconhecer o erro ao negar o protesto em favor do atleta. Esperamos que, de cabeça mais fria, eles revejam a decisão", disse Nuzman. Caso a entidade não aceite os argumentos, o COB pretende recorrer ao Tribunal Arbitral do Esporte, sediado em Lausanne (Suíça). (HOJE EM DIA, 2004)

A noticiabilidade, dentro desta visão, constitui um elemento da distorção involuntária contida na cobertura informativa dos mass media. Isso significa que os critérios de relevância são, por um lado, flexíveis e variáveis quanto à mudança de certos parâmetros e, por outro, são sempre considerados em relação à forma de operar do organismo que faz a informação. De acordo

com Mauro Wolf (1998), o conjunto de fatores que determina a noticiabilidade dos acontecimentos permite efetuar, cotidianamente, a cobertura informativa, mas dificulta o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos significativos dos fatos apresentados como notícias.

O jornal *Hoje em Dia* do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, dia traz a seguinte chamada: *Nem trapalhão tira o bronze na maratona*. O jornal cita a invasão mas também destaca o resultado do maratonista. O jornal enfoca a medalha de bronze conquistada por Vanderlei Cordeiro mesmo sendo prejudicado com a invasão do padre irlandês no meio da prova

Neste caso, o *Hoje em Dia* optou por destacar o valor/notícia ao terceiro lugar conquistado pelo maratonista Vanderlei Cordeiro. Mauro Wolf (1999), faz duas considerações importantes sobre os valores/notícia. A primeira é a respeito do caráter dinâmico do que é notícia: mudam no tempo e no espaço, não permanecendo sempre os mesmos. Hoje, assuntos relevantes podem deixar de ser amanhã. Outra consideração é a respeito dos chamados *single issue movements*, isto é, aos movimentos de opinião que se solidificam na sociedade civil e passam a ser notícia. Souza (2002), afirma que uma notícia só se esgota no momento de seu consumo, já que é nesse momento que ela produz efeitos e passa a fazer parte dos referentes da realidade. Esses referentes são a parte da realidade que foram a imagem que os sujeitos constroem da realidade.

Na matéria do dia 24 de agosto de 2004, terça-feira, do jornal *Estado de Minas*, primeira edição, a apresentação da ginasta Daiane dos Santos mereceu uma página do Caderno Especial dos Jogos Olímpicos. A matéria ocupou seis colunas de texto e com uma retranca. reportagem do jornal traz como única fonte a própria ginasta Daiane dos Santos que aponta os erros e porque eles aconteceram. O *Estado de Minas* considerou o resultado da brasileira uma verdadeira tragédia. Criou-se uma grande expectativa pelo veículo em relação a esta final olímpica. Daiane

dos Santos conquistou a melhor colocação do Brasil em todos os tempos na ginástica artística mas, não foi suficiente para o jornal considerar um bom resultado.

Mas o que deveria ser uma festa – com direito ao Brasileirinho como fundo musical virou uma tragédia grega, em poucos segundos. Em três passos, nas palavras de Daiane dos Santos. Ansiosa demais e com treino de menos, a ginasta errou logo no início de sua apresentação na final do solo dos Jogos de Atenas. Logo naquele exercício que ela e seu técnico Oleg Ostapenko insistiram em fazer para levar o ouro: o duplo twist esticado. Nas palavras de Daiane, o erro não exatamente foi no salto. (DRUMOND, 2004)

O *Estado de Minas* procurou despertar a comoção social dos leitores, o jornal deu destaque ao drama vivido pela ginasta após o erro cometido na final olímpica. As notícias provocam emoções e sentimentos. Mesmo dirigidas à razão, colateralmente atingem a emoção. As notícias também podem contribuir para atenuação ou intensificação dos afetos. (SOUZA, 2002).

A matéria do jornal *Estado de Minas* foi totalmente parcial dramatizando o resultado da ginasta brasileira. A principal característica da cobertura da mídia impressa é a espetacularização da notícia, por meio de uma narrativa que enfatiza o conteúdo dramático e o apelo emocional, (JACKS, 2003).

O texto se resumiu a destacar o erro da brasileira o que poderia ter sido feito para amenizá-lo e as conseqüências deste erro. A matéria usa apenas Daiane dos Santos como fonte, o jornal não deu destaque a presidente da Confederação Brasileira de Ginástica Vicélia Florenzano, que agradeceu a Daiane pelo grande resultado conquistado pela brasileira que ficará na história do esporte no país. Para chamar a atenção do leitor e levá-lo a acreditar que o resultado da brasileira foi um verdadeiro desastre e que por erro da ginasta, o *Estado de Minas* colocou no rodapé da página um box vermelho com a seguinte frase: *Errei, foi só isso*. “De nada adiantaria ter-me apresentado por último. Fiquei um pouco nervosa. Claro que eu queria medalha, mas consegui ser primeira brasileira a fazer uma final”.

Na edição do dia 24 de agosto de 2004 do *Estado de Minas*, o jornal traz o seguinte título: *Duplo twist frustrado*, o título faz referência ao resultado da ginasta Daiane dos Santos na final do solo. O título em duas linhas e cinco colunas com a palavra frustrado em negrito e vermelho destaca o erro da brasileira ao completar os movimentos na prova. O *Estado de Minas* priorizou com seu título apenas o erro de Daiane dos Santos que era considerada uma das principais esperanças de ouro para o Brasil nas Olimpíadas. A brasileira terminou a competição em quinto lugar a melhor colocação do Brasil em todos os tempos.

Na reportagem do jornal *Hoje em Dia*, do dia 24 de agosto de 2004, terça-feira segunda edição, tratou de forma mais comedida o resultado de Daiane dos Santos na final olímpica. O veículo considerava a ginasta uma das grandes esperanças de medalha de ouro para o Brasil mas, mas ao contrário do *Estado de Minas*, não dramatizou a notícia e não considerou uma tragédia o resultado. O jornal enfocou o bom resultado para a ginástica artística brasileira mas deixou claro que esperava mais da brasileira.

A envergadura do evento ou ato espetacular e seu caráter obrigatoriamente público implicam igualmente, por tudo isso, em um potente impacto social, com repercussões societárias tendencialmente amplas. Mas esse impacto acontece com base em uma modalidade específica de fruição social do espetáculo. Ela não implica em “perda de intensidade, desatenção, leviandade”, mas apenas em “uma forma diferente de viver” o ambiente sócio-cultural (ECO, 1984).

Seja como for, o resultado é o melhor da história da ginástica brasileira em Olimpíadas, depois dos 12º e 16º lugares de Daniele Hypólito e Camila Comin no individual geral, disputado na semana passada, em Atenas. Apesar de ter perdido a oportunidade de ser a primeira ginasta negra a ganhar uma medalha de ouro em Olimpíadas, Daiane se tornou uma referência na história da ginástica mundial: foi a primeira brasileira a chegar à final de uma prova individual em Jogos Olímpicos e a primeira sul-americana a ganhar um ouro em mundiais - em Anaheim (Califórnia, EUA), no ano passado, onde teve o twist carpado oficialmente rebatizado de “Dos Santos” na nomenclatura da Federação Internacional de Ginástica (FIG). (HOJE EM DIA, 2004)

O *Hoje em Dia* se atrelou a outros fatos para construir a notícia a partir do acontecimento, ou seja, a partir do erro de Daiane dos Santos. A reprodução do acontecimento através do jornal, ou a sua transformação em notícia, passa pela reinvenção do fato. Rodrigues (2001) acredita que no discurso jornalístico o acontecimento representa o ponto zero da significação, o ponto de partida para notícia, onde é preciso esclarecer e delimitar as fronteiras e as diferenças impostas pela produção ao acontecimento, ao fato e à notícia propriamente dita.

O fato é mediado, assim como o acontecimento, sendo o primeiro fator determinante do segundo. O acontecimento só é possível a partir do fato, que para se tornar acontecimento, deve possuir uma notabilidade que se define pela existência dos fatores; excesso, falha, inversão e o devir. O excesso como o que extravasa o senso comum, a falha como quebra das estruturas naturais, a inversão como realinhamento de valores e o devir como a possibilidade da eminência.

O jornal também deu objetividade a sua matéria usando como fonte o técnico da brasileira Daiane dos Santos, para tratar de forma mais consciente o resultado da ginasta. O jornal cita o erro da ginasta na apresentação, mas não atribui a ele a principal causa da perda da medalha olímpica. O jornal *Hoje em Dia* mostrou que a contusão de Daiane dos Santos três meses antes dos Jogos Olímpicos, prejudicou a atleta, que teve pouco tempo para se preparar para a importante competição.

Já o jornal *Hoje em Dia* do dia 24 de agosto de 2004, 1ª edição, deu um enfoque completamente diferente com o título: *Daiane dos Santos fica em quinto*.

O *Hoje em Dia* que procura usar seus títulos de forma objetiva e simples (LINDENBERG, 2005), destacou o resultado da ginasta na final do solo. O impresso não fez nenhuma referência ao erro de Daiane dos Santos. O título do jornal *Hoje em Dia* faz com que o leitor tire suas próprias conclusões. Este tipo de título para os padrões comerciais do jornalismo

contemporâneo não é tão eficaz, mas ao mesmo tempo não influencia e nem tenta persuadir o leitor com o objetivo de dramatizar ou espetacularizar a notícia e comercializá-la.

Na edição do dia 30 de agosto, segunda-feira, do *Estado de Minas*, primeira edição, a seleção de voleibol masculino também ganhou grande destaque no caderno especial sobre as Olimpíadas. A matéria ocupou toda a página 29 do caderno, com o texto em seis colunas, duas infografias e uma retranca.

Segundo Mauro Wolf, o reconhecimento do público em relação a uma notícia acontece quando o repórter transforma aquele fato desconhecido em algo divulgado, importante para o leitor. O jornal Estado de Minas destacou na notícia o bom retrospecto da seleção brasileira nos últimos anos. Estas informações deram outra característica a matéria que não ficou presa apenas ao resultado da final olímpica e sim a um trabalho realizado a longo prazo pelo voleibol masculino.

O jornal considerou a vitória da seleção a maior vitória da delegação brasileira nos Jogos Olímpicos. Foi criada uma grande expectativa sob a equipe que acabou conquistando a medalha de ouro. O *Estado de Minas* faz questão de destacar para o leitor que essa é a geração mais vitoriosa de todos os tempos do voleibol brasileiro. O jornal não destaca apenas ao ouro olímpico em Atenas, mas faz referências ao bicampeonato e a todos os títulos conquistados nos últimos quatro anos.

Uma vitória incontestável. O Brasil venceu a Itália por 3 a 1 (25/15, 24/26, 25/20 e 25/22) e conquistou o bicampeonato olímpico no vôlei masculino. A equipe mais favorita entre todas na delegação brasileira não decepcionou e mostrou ainda a geração mais vitoriosa desse esporte, pois conquistou tudo o que disputou nos últimos quatro anos: três títulos da Liga Mundial (2001, 2003 e 2004), a Copa dos Campeões, o inédito campeonato mundial (2002) e, agora, o ouro olímpico. A Rússia derrotou os EUA por 3 a 0, na preliminar – parciais de 25/22, 27/25 e 25/16 – e ficou com a medalha de bronze. (DRUMOND, 2004)

Na matéria veiculada pelo *Estado de Minas* do dia 30 agosto de 2004, segunda-feira, que dava destaque à conquista do ouro olímpico pela seleção masculina de voleibol, o título era o

seguinte: *Mais um ouro para a coleção*. O veículo agregou outro valor à notícia, destacou o retrospecto de conquistas da equipe. Os valores-notícia não são igualmente importantes, sua hierarquia e combinação variam de lugar, circunstâncias e meio de comunicação. A noticiabilidade de cada fato parece ser produto da complementaridade e reciprocidade de seus atributos (MOTTA, 2002).

O jornal *Hoje em Dia* também do dia 30 de agosto, segunda-feira, traz o seguinte título: *Brasil vence e leva o bi olímpico no vôlei*. O *Hoje em Dia* utilizou um recurso mais comedido para despertar a atenção do leitor, foi um título nos moldes de um manual de redação, simples e curto e objetivo.

5.2.5.2 O processo de espetacularização da notícia

A matéria veiculada pelo *Estado de Minas* 1ª edição, no dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, no Caderno Especial das Olimpíadas, traz o seguinte título: *Vanderlei é exemplo de elegância e superação*.

A matéria foi capa do jornal e dedicou uma página do Caderno Especial das Olimpíadas. Na primeira página do impresso, foi colocada uma foto do maratonista no momento em que foi atacado pelo irlandês Neil Horan. A foto ocupava três colunas na capa do impresso. A imagem na primeira página do jornal destaca o principal acontecimento das Olimpíadas segundo o veículo, quando um irlandês invadiu a pista e atacou o brasileiro.

No caderno especial, mais duas fotos ocuparam quase metade da página. As fotos foram colocadas lado a lado. Uma foto demonstrava a chegada de Vanderlei da prova e a outra a premiação, nesta o vencedor da prova Stefano Baldini conduzia o maratonista ao alto do pódio, segundo o *Estado de Minas* em reconhecimento ao seu esforço.

No dia seguinte a publicação da matéria pelo impresso Vanderlei Cordeiro ainda era destaque. Na capa do Caderno Especial das Olimpíadas, o maratonista ganhou uma foto de meia página. Na matéria interna mais uma página inteira foi dedicada ao brasileiro, com mais duas fotos. Vanderlei está ao lado de membros do COB, que pedem o ouro olímpico para o atleta. Outra foto foi colocada na matéria, uma foto ilustrativa do ex-padre Neil Horan que atrapalhou Vanderlei durante a prova. O jornal procurou dar destaque ao pedido do COB, para que o brasileiro ganhasse o ouro.

Para se aparecer na mídia, deve haver alguma quebra da rotina, o que pode acontecer através de três subsistemas: ruptura, diversão e dramatização. A ruptura ocorre quando uma marca (ou neste caso, uma notícia) precisa ser notada pelo público. A presença do inédito, do diferente, do espetacular, da novidade, do choque, da mudança faz parte desta lógica da ruptura (GOMES, 1996).

O jornal *Estado de Minas* considerou o episódio do brasileiro Wanderlei Cordeiro como um acontecimento inédito e espetacular, chamando a atenção do leitor para o drama vivido pelo atleta na prova. Para Arbex (2001), a informação abundante, a concorrência, a busca incessante por furos e a exaltação da novidade, são alguns dos responsáveis por decompor a notícia em mercadoria altamente perecível. Essa mercadoria tem como matéria-prima nossos próprios preconceitos e convicções, assim como nosso temor de enfrentar a instabilidade em um mundo cada vez mais complexo.

O espetáculo remete também à esfera do sensacional, do surpreendente, do excepcional, do extraordinário. Daquilo que se contrapõe e supera o ordinário, o dia-a-dia, o naturalizado. A instalação no âmbito do extraordinário potencializa a atenção e o caráter público do ato ou evento espetacular. A ruptura com a vida ordinária, condição de existência do espetáculo, pode ser

produzida pelo acionamento de inúmeros expedientes, em geral, de modo intencional, mas, em alguns horizontes, até mesmo de maneira não prevista (RUBIM,2000).

Na matéria do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, o jornal *Estado de Minas* primeira edição, traz o seguinte lead, sobre a maratona dos Jogos Olímpicos:

O corredor brasileiro Vanderlei Cordeiro de Lima acabou saindo dos Jogos de Atenas com duas medalhas. Ele completou a maratona, último evento da Olimpíada, em terceiro lugar, ganhando o bronze. Vanderlei liderou boa parte da prova, até ser atacado por um ex-padre irlandês. Em reconhecimento ao seu esforço e ao espírito olímpico, foi premiado com a medalha Barão de Coubertin, homenagem que só havia sido concedida uma vez. (ESTADO DE MINAS, 2004).

O *Estado de Minas* deu destaque ao espírito de superação e heroísmo do atleta brasileiro. Na capa do impresso o veículo já chama a atenção do leitor para o fato com a seguinte chamada: “Prêmio ao espírito olímpico”. Vanderlei Cordeiro foi considerado pelo jornal um herói. No lead acima o jornal dá um enfoque que segue a mesma linha da matéria interna, ou seja, destaca a força de vontade do atleta brasileiro em completar a prova no pódio, mesmo após ser atrapalhado quando liderava a maratona.

O lead é bem mais objetivo do que a própria reportagem interna do jornal. O leitor se sente informado sobre o acontecimento e quais as suas causas. Porém o jornal não deixa de lado o tom de dramatizar a notícia e a situação do atleta brasileiro. O impresso faz questão de destacar o espírito olímpico e o esforço do brasileiro.

No jornal *Hoje em Dia*, do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, 1ª edição, duas fotos de capa deram grande destaque para Vanderlei Cordeiro. A matéria tinha o seguinte título: *Bronze de Vanderlei Cordeiro vale é ouro*. O jornal deu grande importância ao acontecimento da prova e ao seu desfecho. As fotos ficaram lado a lado entre o texto da matéria e na parte inferior da página. A primeira destaca a invasão do irlandês na prova e a outra mostrava o atleta erguendo a bandeira brasileira no pódio. Na matéria interna o jornal trouxe mais uma foto do brasileiro

comemorando o resultado. Na edição do jornal *Hoje em Dia*, segunda edição, do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira, o lead traz as seguintes informações:

O brasileiro Vanderlei Cordeiro de Lima aos 35 anos, garantiu um bronze histórico para o Brasil. É o primeiro pódio numa maratona olímpica. Um incidente porém, pode ter tirado a chance de um resultado melhor. Ele foi agarrado por um irlandês e jogado ao chão. “Teria conquistado o ouro se não fosse esse louco idiota”, desabafou. O italiano Stefano Baldini venceu. (HOJE EM DIA, 2004)

O jornal como traz um lead mais objetivo. O enfoque do *Hoje em Dia* foi o bom resultado conquistado pelo maratonista brasileiro. A chamada de capa para a notícia confirma a análise. “Nem trapalhão tira o bronze na maratona”. O jornal não deixou de informar o incidente da prova que acabou prejudicando Vanderlei, mas não dramatizou ou espetacularizou a notícia, fazendo do brasileiro um verdadeiro herói. O jornal deixa claro em seu lead, que o incidente pode ter prejudicado o atleta e não que prejudicou, o leitor pode tirar suas próprias conclusões, se influenciou ou não no resultado final da prova.

Os veículos tanto *Estado de Minas* quanto *Hoje em Dia*, usaram os apelos visuais e textuais para atrair a atenção do público. A produção do extraordinário acontece, quase sempre, pelo acionamento do maravilhoso (Carpentier, 1987), de um grandioso que encanta, que atrai e que seduz os sentidos e o público. Esse “maravilhamento” produz-se pelo exarcebamento de dimensões constitutivas do ato ou evento, da dramaticidade de sua trama e de seu enredo, através de apelos e dispositivos plástico-estéticos, especialmente os relativos ao registro da visão, mas também aos sonoros, em menor grau. A plasticidade visual, componente essencial, e a sonoridade tornam-se vitais: os movimentos, os gestos, os corpos, as expressões corporais e faciais, o vestuário, os cenários, a sonoridade, as palavras, as pronúncias, as performances; enfim, todo esse conjunto de elementos e outros não enunciados têm relevante incidência na atração da atenção, na

realização do caráter público e na produção das simbologias e dos sentidos pretendidos com o espetáculo (RUBIM, 2001).

Na matéria da ginasta Daiane dos Santos no jornal *Estado de Minas* do dia 24 de agosto de 2004, terça-feira, o impresso dedica toda a última página do Caderno Especial à apresentação da brasileira. São duas fotos, a principal ocupa quase toda a página mostrando a ginasta executando os movimentos que, de acordo com o jornal foi frustrado. No canto da página o *Estado de Minas*, traz uma outra foto menor de uma coluna, mostrando a apreensão da ginasta esperando o resultado final de sua apresentação. As fotos representam dois momentos distintos, a apresentação de Daiane com muita concentração e a expectativa da brasileira pelo resultado, segundo o *Estado de Minas* a ginasta admitia um erro e não esperava brigar por um lugar no pódio.

De acordo com Rubim (2001), recorrer a esse conjunto de dispositivos plástico-estéticos em movimento potencializa a dramaticidade, a teatralidade e a encenação contidas no evento espetacular. Daí a ênfase que alguns autores dão ao caráter dramático, teatral e de encenação do espetáculo. Mas o reconhecimento disso não pode fazer esquecer que a vida cotidiana e a política não midiaticizada também possuem suas modalidades específicas de encenação e que a dramaticidade e a teatralidade também estão umbilicalmente presentes na vida cotidiana e na política, como componentes imprescindíveis à existência da sociedade.

Na chamada da matéria da ginasta Daiane dos Santos no jornal *Estado de Minas* do dia 24 de agosto de 2004, terça-feira, o lead diz:

Foram segundos de expectativa. Em todo o Brasil, ontem à tarde, as atenções se voltaram para o Pavilhão Olímpico de Ginástica, em Atenas, na torcida por uma medalha de ouro de Daiane dos Santos, na final do solo. Mas o sonho de pódio da gauchinha esbarrou em um erro ainda no início de sua apresentação. Ela terminou em quinto lugar e lamentou apenas não ter podido fazer o melhor. As romenas Catalina Ponor e Nicoleta Sofronie conquistaram ouro e prata, respectivamente. (DRUMOND, 2004)

O jornal *Estado de Minas* criou para o leitor uma grande expectativa durante os dias que antecediam a apresentação de Daiane dos Santos. No dia seguinte a final do solo o veículo dramatizou o resultado da brasileira. O jornal atribuiu a não conquista da medalha olímpica ao erro cometido pela ginasta na execução dos movimentos. No lead o jornal segue a linha da matéria interna, que é considerar o quinto lugar, melhor colocação do Brasil em todos os tempos, uma verdadeira decepção. A própria chamada para o lead afirma: “Frustração”. Apesar da dramatização feita pelo jornal, o lead neste caso, é um pouco mais objetivo, informando ao leitor a notícia mais completa, ao contrário da matéria interna.

Segundo Arbex Jr., a transformação de um fato em notícia passa por uma filtragem através do mercado. “A notícia, como produto final, é o resultado de um pacto de cumplicidade: o mercado se vê refletido por uma mídia que, por sua vez, dá visibilidade aos eventos que reforçam a estrutura de mercado” (ARBEX, 2002).

O jornal *Hoje em Dia* no dia anterior, 23 de agosto de 2004, segunda-feira, chamava a atenção para a apresentação de Daiane dos Santos. Uma foto na capa do jornal da ginasta executando os movimentos de sua apresentação, explicitava para o leitor a confiança na vitória com que o jornal tratava a apresentação da brasileira. No dia após a apresentação da brasileira o jornal não trouxe nenhuma foto de capa explicitando o resultado de Daiane dos Santos. Na página interna do jornal no caderno de esportes apenas a imagem de Daiane no momento em que foi anunciado o resultado, a expressão de da atleta com o quinto lugar. O *Hoje em Dia* deu muito enfoque aos dias em que precederam a final da ginástica olímpica, na expectativa da conquista do ouro de Daiane.

No *Estado de Minas* do dia 30 de agosto, segunda-feira, na página 29 do Caderno Especial, o título destacava: *Mais um ouro para a coleção*. A foto principal destacava o bloqueio brasileiro de Giba e André Heller sobre os italianos. Segundo a matéria, essa foi a principal arma

do time brasileiro na final das Olimpíadas e os dois atletas os destaques da partida. A foto foi colocada no alto da página centralizada, dando bastante destaque para estes jogadores. Em outra foto, o jornal destacou o técnico Bernardinho. A foto mostrava os atletas erguendo o treinador em comemoração ao título. Com estas duas fotos, o *Estado de Minas* deu um destaque maior para os jogadores Giba e André e para o técnico Bernardinho.

O *Estado de Minas* noticiou a conquista da seleção brasileira de maneira eufórica buscando despertar a atenção do leitor para a conquista extraordinária da equipe. O acionamento do grandioso, a exacerbação de dimensões constitutivas, o envolvimento de múltiplos apelos e dispositivos, o trabalho em diversos registros, o caráter público, todo esse complexo conjunto de fatores exigem organização. A ruptura da vida ordinária propicia não uma situação de caos, de ausência completa de normas sociais, mas a suspensão temporária da vigência das regras cotidianas. Um outro conjunto de normas produtivas, agora condizentes com o momento extraordinário, impõe-se como necessidade. Mais que isso, a ruptura com o cotidiano e seu saber de senso comum faz aflorar a exigência de um saber e um conjunto especializado de técnicas para lidar com a construção social do momento excepcional, (RUBIM, 2001).

Não por acaso, a “sociedade do espetáculo” apresenta forte tendência à emergência de organizadores da cultura e de espetáculos, em seus variados tipos, crescentemente profissionalizados.(RUBIM, 2001). O surgimento dos profissionais de criação, de transmissão e difusão, de preservação e de “produção cultural” apenas reafirma essa tendência. Ela reforça uma outra vertente pronunciada dos espetáculos contemporâneos: a tendência a uma distinção cada vez mais impositiva entre protagonistas e platéia, impossibilitando uma participação plena dos espectadores como, simultaneamente, atores e público, permitida em alguns dos tipos de espetáculos, como se verá adiante.

Na edição também do dia 30 de agosto de 2004, segunda-feira o *Estado de Minas* destaca a conquista da medalha de ouro da seleção masculina de voleibol.

O Brasil bateu seu recorde de medalhas de ouro em Atenas. Com a vitória do vôlei masculino sobre a Itália por 3 a 1 (25/15, 24/26, 25/20 e 25/22), terminou a Olimpíada em 18º lugar, o melhor resultado de sua história nos jogos, superando com folga a 25ª posição de Atlanta'96. Foi a primeira vez em que o País conquistou quatro medalhas de ouro. Além da equipe do técnico Bernardinho, ganhou no vôlei de praia, com Ricardo e Emanuel, e no iatismo, com Robert Scheidt, na classe Laser, e Torben Grael e Marcelo Ferreira, na Star. Pelos critérios do Comitê Olímpico Internacional (COI), a quantidade de medalhas de ouro determina a colocação de cada país. A Grécia encerrou os Jogos com uma grande festa e passou o bastão para Pequim, que sediará a Olimpíada 2008. (DRUMOND, 2004)

O lead acima foi a principal chamada da edição do jornal que destacava o encerramento dos Jogos Olímpicos de Atenas. O lead cita a vitória da seleção brasileira de voleibol, porém o texto destaca toda a campanha do Brasil nas Olimpíadas de Atenas. Como a medalha de ouro conquistada pela seleção foi à última no encerramento da competição, o jornal buscou chamar a atenção do leitor com toda a campanha brasileira nos jogos. Neste caso, o jornal guardou os detalhes da matéria sobre o voleibol para as páginas internas mas ao mesmo tempo relacionou a conquista com a melhor campanha do Brasil em Olimpíadas, a chamada diz: “Brasil faz história. Com conquista no vôlei, País tem a sua melhor campanha nos Jogos”.

No jornal *Hoje em Dia* do dia 30 de agosto, a campanha do voleibol masculino também ganhou grande destaque. A vitória da seleção brasileira foi à matéria principal e de capa do jornal. Na primeira página uma foto de quatro colunas destacava o técnico Bernardinho sendo erguido pelos jogadores brasileiros. O técnico foi o principal destaque do jornal *Hoje em Dia*. Na matéria interna mais uma foto do treinador comemorando o último ponto na final, foi colocada para exemplificar que, segundo o jornal depois que Bernardinho assumiu a seleção o Brasil vem em um ciclo de vitórias.

O jornal *Hoje em Dia* também faz referência à conquista do ouro pela seleção brasileira de voleibol masculino, o lead destaca:

O Brasil selou com chave de ouro a participação em Atenas alcançando seu melhor resultado histórico já obtido em uma Olimpíada. O quarto ouro que garantiu a 18ª colocação foi obtido pelo vôlei masculino numa vitória emocionante sobre a Itália por 3 a 1. O EUA lideraram a disputa com a China alcançando o título de vice-campeã. (SIMÕES, 2004)

A exemplo do jornal *Estado de Minas* o *Hoje em Dia* também destaca a conquista da seleção brasileira de voleibol como coroação da melhor campanha do Brasil em Jogos Olímpicos na história. O texto traz a seguinte chamada: “Com chave de ouro”. A seleção brasileira de voleibol masculino foi considerada pelos dois veículos favorita a conquista do título desde o início da competição. A medalha de ouro só veio coroar a expectativa dos veículos. Por isso como a final do vôlei coincidiu com o encerramento dos jogos, os jornais deram destaque a campanha feita pelo Brasil, a melhor colocação do país em Olimpíadas. Neste mesmo enfoque a vitória da seleção encaixou como um bom complemento e destaque do lead.

6 Considerações Finais

A mídia tornou-se um negócio, uma vitrine de exibição dos produtos culturais. Nesse sentido, os meios de comunicação teriam como principal componente o fator mercadológico. Nessa linha de análise, Wilson Gomes (1996) afirma que os *mass media* tornaram-se, cada vez mais, negócios, organizações empresariais destinadas aos lucros. Hoje, os veículos impressos utilizam dentro deste valor mercadológico da notícia vários recursos gráficos e textuais como uma forte “arma” para atrair o leitor.

A crescente importância dos recursos e linguagens dos meios de comunicação do ponto de vista do conhecimento, da sensibilidade e da sociabilidade humana tornaram o público cada vez mais ligados ao conjunto da cultura. Esse fato possibilita que se fale desta maneira na cultura contemporânea como cultura mediática.

Já outros autores, como Antonio Albino Canelas Rubim, compreendem a mídia como campo que promete visibilidade social, que pode conferir valor de exposição ou que destina poder de publicação. Isso não quer dizer, portanto, que a mídia deva ser identificada ao espetáculo. Se a mera veiculação na mídia conferisse a todos os seus produtos o caráter de espetáculo, esse conceito perderia a validade devido à abrangência excessiva assumida por esse signo. A mera veiculação ou a própria insistência de alguns veículos com determinadas notícias não pode ser caracterizado como espetáculo. O que leva a este conceito de espetacularização pelos meios de comunicação de massa é a forma com que estes veículos conduzem a notícia até o receptor. Os meios de comunicação de massa se premeem a retratar o extraordinário o inesperado.

Cabe, então, distinguir conceitualmente, mesmo de modo provisório, mediação e espetacularização como procedimentos diferenciados. Mediação designa a mera veiculação de algo pela mídia, enquanto espetacularização, forjada pela mídia ou não, nomeia o processamento,

enquadramento e reconfiguração de um evento, por meio dos inúmeros expedientes anteriormente analisados. Assim, a mídia pode ser associada a processos de midiaticização e espetacularização, mas tais dispositivos longe estão de elucidar os fantásticos imbricamentos entre mídia e contemporaneidade.

O que acontece, principalmente nos veículos impressos, é que os jornais tratam a notícia como mercadoria devido à informação abundante, à concorrência, à busca incessante por furos e à exaltação da novidade. Essas características são alguns dos responsáveis por decompor a notícia em mercadoria altamente perecível (ARBEX, 2001).

No caso dos jornais *Estado de Minas* e *Hoje em Dia* na cobertura dos Jogos Olímpicos de Atenas, houve utilização de recursos gráficos e textuais para despertar o interesse do leitor. Neste contexto, os meios de comunicação transformaram a noticiabilidade em um verdadeiro *show*. A produção do extraordinário acontece, quase sempre, pelo acionamento do maravilhoso, de um grandioso que encanta, que atrai e que seduz os sentidos e o público. Esse “maravilhamento” se produz pelo exarcebamento de dimensões constitutivas do ato ou evento, da dramaticidade de sua trama e de seu enredo, por meio de apelos e dispositivos plástico-estéticos, especialmente os relativos ao registro da visão (RUBIM, 2001).

Referências Bibliográficas

ARBEX Jr., José. *Showrnlismo. A notícia como espetáculo*. São Paulo, Casa Amarela, 2001.

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo*. São Paulo:Ática, **1991**.

COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo: Contexto, 2003.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo – Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, Rio de Janeiro, Contraponto, 1997.

DRUMOND, Ivan. **Duplo twist frustrado**. In: Especial Olimpíadas. Estado de Minas. Primeira Edição. Número 22884. Página 1. Data 24 de agosto de 2004.

DRUMOND, Ivan. **Mais um ouro para a coleção**. In: Especial Olimpíadas. Estado de Minas. Primeira Edição. Número 22890. Página 29. Data 30 de agosto de 2004.

ESTADO DE MINAS. **Vanderlei é exemplo de elegância e superação**. In: Especial Olimpíadas. Estado de Minas. Primeira Edição. Número 22890. Página 31. Data 30 de agosto de 2004

FAUSTO NETO, Antônio (Org). **O indivíduo e as mídias**. Rio de Janeiro: Diadorim, 1996.

FOLHA ON-LINE. **Daiane diz que ficou nervosa durante a apresentação do solo em Atenas**.

Disponível em<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u80064.shtml>> Acesso em:

02/06/2005

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

GINI, Rodrigo. **Mais do que um susto**. In: Especial Olimpíadas. Estado de Minas. Primeira Edição. Número 22890. Página 31. Data 30 de agosto de 2004).

GOMES, Wilson. “Duas premissas para a compreensão da política espetáculo”. In:

HOJE EM DIA. **Bronze de Vanderlei Cordeiro vale ouro**. In: Esportes.. Segunda Edição. Número 14110. Página 29. Data 30 de agosto de 2004).

HOJE EM DIA. **Daiane dos Santos fica em quinto**. In: Esportes. Segunda Edição. Número 14104. Página 25. Data 24 de agosto de 2004

LUSTOSA, Elcias. O texto da notícia. Brasília: Editora UnB, 1996.

MORIN, Edgar. Cultura de massas no século XX. Neurose (capítulo sobre olímpianos, vasos comunicantes, simpatia e happy end, revolver). Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, 1997.

PORTAL TERRA. **Favoritismo não assusta Seleção masculina**. Disponível em <<http://esportes.terra.com.br/atenas2004/interna/0,,OI361683-EI4001,00.html>> Acesso em: 02/06/2005.

RODRIGUES, Adriano Duarte. “O Acontecimento”. In: TRAQUINA, Nelson (Org.)

Jornalismo. Lisboa: Editora Vega, 1999.

RUBIM, Antônio Canelas. O Lugar da Política na Sociabilidade Contemporânea. Universidade & Sociedade. Brasília: , v.27, n.1, p.18 - 30, 2002

SIMÕES, Alexandre. **Brasil vence e leva bi-olímpico no vôlei**. In: Esportes.. Segunda Edição. Número 14110. Página 30. Data 30 de agosto de 2004

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1999 (parte referente às novas tendências na comunicação – agenda setting e newsmaking).