

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
HABILITAÇÃO JORNALISMO

DESTAK: Uma análise sobre as notícias do primeiro  
grande jornal gratuito do Brasil

Douglas Coltri Skrotzky

Porto Alegre  
2009

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
HABILITAÇÃO JORNALISMO

DESTAK: Uma análise sobre as notícias do primeiro  
grande jornal gratuito do Brasil

Douglas Coltri Skrotzky

Orientação: Mestre Rosa Nívea Pedroso

Porto Alegre  
2009

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus pais, Marcia e Waldemar, pelo amor, dedicação e esperança direcionados a mim. Agradeço aos meus irmãos, Gustavo e Eric, pela união e parceria eternas. Aos amigos, que fazem dos desafios objetivos possíveis de serem alcançados, um muito obrigado. Agradeço à Fabico, representada por professores, funcionários e colegas, pela oportunidade de viver uma experiência até então desconhecida, proporcionando a mim amadurecimento pessoal. Agradeço ao jornal O Sul e ao Banrisul pela paciência e compreensão nos finais de semestre e época de provas. Agradeço à minha orientadora, Rosa Nívea Pedroso, pela ajuda e apoio nos momentos difíceis de realização deste trabalho.

## RESUMO

O trabalho apresenta o noticiário como o modelo de jornalismo mais praticado atualmente e analisa, com base no *newsmaking* e na teoria do agendamento, as notícias de capa do jornal *Destak* São Paulo.

Palavras-chave: notícias, noticiabilidade, valores-notícia, agendamento e jornal *Destak*.

## LISTA DE TABELAS

<b>Tabela 1 Classificação por valores-notícia – manchetes</b>	<b>51</b>
<b>Tabela 2 Classificação por tipificação – manchetes</b>	<b>51</b>
<b>Tabela 3 Classificação por valores-notícia – fotos principais</b>	<b>56</b>
<b>Tabela 4 Classificação por origem – fotos principais</b>	<b>56</b>
<b>Tabela 5 Classificação por tipificação – fotos principais</b>	<b>57</b>
<b>Tabela 6 Classificação por editorias – fotos e notícias</b>	<b>61</b>
<b>Tabela 7 Classificação por editorias – fotos secundárias</b>	<b>61</b>
<b>Tabela 8 Classificação por origem – fotos secundárias</b>	<b>62</b>
<b>Tabela 9 Classificação por tipificação – fotos e chamadas secundárias</b>	<b>62</b>
<b>Tabela 10 Classificação por valores-notícia – fotos e chamadas secundárias</b>	<b>62</b>
<b>Tabela 11 Classificação por editorias – fotos principais e manchetes</b>	<b>63</b>
<b>Tabela 12 Notoriedade do ator principal</b>	<b>63</b>
<b>Tabela 13 Classificação por agendamento – total de fotos e notícias</b>	<b>65</b>
<b>Tabela 14 Classificação por agendamento – fotos principais e manchetes</b>	<b>65</b>

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	7
<b>2 O JORNALISMO COMO NOTÍCIA</b>	9
2.1 NOTICIARISMO	9
2.2 NOTICIABILIDADE	13
2.3 OS VALORES-NOTÍCIA	15
<b>2.3.1 Valores-notícia de seleção</b>	18
2.3.1.1 Valores-notícia substantivos	18
2.3.1.2 Valores-notícia contextuais	22
<b>2.3.2 Valores-notícia de construção</b>	23
2.4 TEORIA DO AGENDAMENTO	25
<b>3 METODOLOGIA</b>	31
3.1 ORGANIZAÇÃO	34
3.2 CODIFICAÇÃO, CATEGORIZAÇÃO, INFERÊNCIA E TRATAMENTO INFORMÁTICO	37
3.3 A APLICAÇÃO DO MÉTODO	38
3.4 O JORNAL DESTAK	42
<b>4 COMO SÃO AS NOTÍCIAS DO JORNAL <i>DESTAK SÃO PAULO</i>?</b>	45
4.1 AS MANCHETES	45
4.2 AS FOTOS PRINCIPAIS	51
4.3 AS EDITORIAS	57
4.4 O AGENDAMENTO	63
<b>5 CONCLUSÃO</b>	66
<b>REFERÊNCIAS</b>	72



# 1 INTRODUÇÃO

O jornalismo de notícias hoje, mais do que nunca, está difundido entre os principais meios de comunicação do Brasil e do mundo. A lógica de produção padronizada, eficiente e metódica de se fazer material jornalístico atualmente tem ganhado cada vez mais força e adeptos. Jornalistas de todo o globo encaram na rotina diária das redações a missão de produzir notícias, equilibrando interesses da sociedade em geral, das grandes empresas do setor, das fontes de informação e da própria categoria dos profissionais da área (sem mencionar o próprio cidadão-jornalista, com suas respectivas maneiras de enxergar as problemáticas da vida). A pressão da passagem do tempo, o caráter mercadológico e o perfil afeito à lógica capitalista moderna, de alocação precisa e eficiente dos recursos escassos, colocam os produtores de notícias frente a um paradigma, digamos, diferente do jornalismo clássico de reportagem, dotado, segundo Luís Milman (1998), professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, de uma metodologia mais sofisticada, menos preso ao instantâneo e à lógica do consumo. Desse modo, entender como se dá o processo de produção de notícias, o chamado *newsmaking*, tornou-se importante para quem trabalha ou pretende atuar como jornalista na sociedade atual, já que queiramos ou não é o modelo mais difundido na contemporaneidade.

O trabalho aqui proposto estuda justamente uma das publicações produzidas no Brasil e que tem a notícia como base estrutural: o jornal *Destak*, mais especificamente a versão paulistana do impresso. A pesquisa que tomará corpo nas páginas a seguir é uma tentativa de delimitar qual o perfil do material noticioso que compõe as capas da publicação. É um esforço que se focará em responder à problemática: *Como são as notícias que compõem as capas do jornal Destak São Paulo?*

A escolha específica do impresso atende a uma lógica que leva em consideração os seguintes elementos: o jornal *Destak São Paulo*, que tem origem na versão homônima produzida em Portugal, foi criado em meados de 2006, sendo, portanto, uma publicação jovem, com pouco mais de quatro anos de existência. Além disso, é o primeiro grande jornal noticioso e gratuito do Brasil e que circula em uma metrópole da magnitude de São Paulo, com um público potencial bastante grande.

O fato de o *Destak* ser um jornal de circulação gratuita e aberto para consulta na internet já chamou a atenção de estudiosos em várias partes do mundo,

sendo base e objeto para estudos sobre o modelo de mídia gratuita. Este trabalho considera a gratuidade como uma característica do jornal, mas se foca em outra problemática envolvendo o impresso. Como foi dito anteriormente, a busca desta pesquisa é responder à questão de como são as notícias que compõem a capa, principal página do jornal, sabendo que é uma publicação adquirida pelo público sem custos. A questão, então, está ligada às notícias do jornal, e não ao fato de ser um exemplar de impresso gratuito.

O caminho percorrido a seguir tramita em um primeiro momento por um território que definirá e delimitará os extremos do *newsmaking*. Será apresentado um breve histórico da forma como se concebia a produção de notícias, chegando ao entendimento moderno de que é um processo de produção. O trabalho aqui proposto lança mão das ideias e trabalhos de nomes como Mauro Wolf e Nelson Traquina, na parte ligada à demarcação do jornalismo de notícias. Um pouco mais adiante também é delimitado o que é e quais são as principais características do conceito de noticiabilidade e de seus respectivos elementos: os valores-notícia.

A resposta da problemática levantada será justamente resultado do casamento de uma análise de conteúdo sobre a amostra escolhida, que são todas as edições do jornal *Destak* do mês de setembro de 2009, com o conteúdo teórico, composto pelas definições de *newsmaking*, do conceito de noticiabilidade, dos valores-notícia, das tipificações dos acontecimentos e, por fim, da teoria do agendamento. A pesquisa está subdividida em cinco capítulos principais, sendo o segundo de teoria, o terceiro de metodologia, o quarto de análise e o último de conclusão. Ao final do texto estarão os anexos, com todas as capas que compõem a amostra do estudo.

Enfim, sendo uma publicação essencialmente composta por material noticioso, conhecer qual o perfil das notícias apresentadas nas capas do jornal *Destak* é uma grande oportunidade de entender e saber verdadeiramente de qual veículo estamos falando. Além disso, Porto Alegre, uma das maiores capitais do Brasil, não tem nenhum exemplar de uma publicação gratuita neste modelo e com a magnitude que dispõe o *Destak* paulistano. É, portanto, uma tentativa e possibilidade de aproximar esse modelo de mídia das rodas de discussão acadêmica no Rio Grande do Sul.

## 2 O JORNALISMO COMO NOTÍCIA

### 2.1 NOTICIARISMO

O jornalismo contemporâneo, hoje, mais do que nunca, está banhado por uma cultura de consumo, própria da lógica capitalista dominante no contexto mundial. Os procedimentos atuais dos profissionais da área, cada vez mais, são regidos por objetivos e metas que buscam a eficiência, a padronização e a melhor utilização possível dos recursos disponíveis, que, de maneira geral, são escassos. A expressão máxima no universo jornalístico atual é o jornalismo realizado com base no que conhecemos pelo nome de notícia: o chamado noticiário. O capítulo aqui desenvolvido aborda o jornalismo noticioso, iniciando da evolução histórica do entendimento sobre o tema até a conceituação dos conceitos de noticiabilidade e valores-notícia.

O estudo do jornalismo como notícia pode ser dividido conforme certas tendências, trabalhos de acadêmicos e características de determinados períodos. O trabalho aqui proposto se baseia na apresentação formulada pelo acadêmico português Nelson Traquina. Apesar de apresentar esquematicamente as chamadas teorias das notícias, o autor esclarece que “essas teorias não se excluem mutuamente, ou seja, não são puras ou independentes uma das outras” (TRAQUINA, 2001, p. 65).

Conforme os estudos de Traquina, as perspectivas mais modernas dos estudos acerca do jornalismo entendem o processo de elaboração e produção das notícias como algo que se constrói, tanto microssociologicamente quanto macrossociologicamente, ou seja, “a nova fase dos estudos noticiosos alargou o âmbito de suas preocupações do nível do indivíduo ao nível da organização, ao nível da comunidade profissional” (TRAQUINA, 2001, p. 57) e, por fim, da sociedade como um todo. É uma concepção “*transorganizacional*”, segundo Traquina (2001). Sendo assim, a proposta com a qual este trabalho se apóia entende a notícia como construção, e não sob a perspectiva dominante nas décadas de 1950 e 1960 de que as notícias são simples relatos imparciais e fiéis da realidade (reflexo do mundo social), apresentada por Traquina (2001) como parte da Teoria do Espelho. O jornalista, desse modo, não é um simples selecionador dos fatos noticiosos, não é o passivo guardião do portão (Teoria da Ação Pessoal ou do “Gatekeeper”), mas um

participante ativo na elaboração e produção do noticiário. A Teoria da Ação Pessoal mostra-se, segundo Traquina (2001), como limitada, já que analisa as notícias apenas a partir dos jornalistas, desconsiderando outras perspectivas e contextos. O estudioso lusitano coloca então a rede noticiosa como “resultado de processos de interação social entre jornalistas, entre jornalistas e a sociedade, e entre os jornalistas e suas fontes de informação” (TRAQUINA, 2001, p. 63). Assim, vários fatores interferem na produção e edição noticiaristas como:

[...] os critérios de noticiabilidade, as características tecnológicas de cada meio noticioso, a logística da produção jornalística, retraimento orçamentais, inibições legais, a disponibilidade de informação das fontes, a necessidade de contar ‘estórias’ de modo inteligível e interessante a um determinado público, a necessidade de empacotar a notícia de um modo que seja compatível com o imperativo comercial de vender as audiências aos anunciantes, e as formas de aparência dos acontecimentos sociais e políticos (HACKETT, 1984/1993 apud TRAQUINA, 2001, p.63).

Segundo o estudioso Luis Milman (1998), professor da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a notícia se enquadra no âmbito do jornalismo convencional, dotado de “tendências regressivas”, em oposição ao um jornalismo de reportagem, de profundidade, dotado de uma “metodologia mais sofisticada”. Evidentemente mais simpático à concepção de jornalismo de investigação, de compreensão e de desprendimento da rigidez do tempo, Milman (1998) coloca-se à frente da discussão sobre noticiarismo com uma postura crítica. Segundo ele:

Os processos que tornaram tais procedimentos [da notícia] *standard* dominantes são muito mais uma expressão dos investimentos tanto de tecnologia como da metodologia modernas do jornalismo convencional. Em torno das demandas da notícia, sedimentou-se a padronização das técnicas de redação noticiarista, inversão do clímax da narrativa textual, técnicas de destaque e edição [manchete, titulação, subtítulo, distribuição dos textos segundo a ordem de importância dos fatos, ilustração fotográfica, diagramação planejada, aplicação de cor etc] [...] O tratamento jornalístico convencional está voltado para a produção de instantâneos, que são reunidos em coletâneas e articulados segundo critérios de consumo (MILMAN, 1998, p. 4).

Para se entender bem como se desenvolve o processo de elaboração de notícias, conforme Milman (1998), dotado de um “esquematismo de caráter mercadológico”, é de fundamental importância conhecer a fase crescente de planificação do trabalho jornalístico (explorado mais adiante neste trabalho) e ter em mente tanto a forte presença da atividade publicitária na produção de notícias quanto o fato de que, hoje, mais do que nunca, os jornais e as redes de rádio,

televisão e internet de imprensa são empresas capitalistas, voltadas logicamente inclusive para a busca do lucro.

Seguindo na delimitação do tema central do estudo, que é a produção de notícias (*newsmaking*), acrescentaremos mais alguns detalhes do processo, como a relação existente dentro da organização jornalística, entre os profissionais de imprensa, e entre os jornalistas e a sociedade. Sendo assim, podemos citar, conforme o esquema de Traquina, as teorias Organizacional, da Ação Política, Estruturalista e Etnoconstrucionista. Cada uma dessas visões supracitadas, em diferentes épocas, acrescentou pontos a se considerar no processo de elaboração das notícias e, devido a isso, se tem acesso hoje a uma teoria mais completa, que aborda, como foi dito no início deste capítulo, tanto elementos internos (indivíduo e organização jornalística) quanto externos (que são interesses de ordem econômica, política, social e mesmo pessoal – dependendo de quem é a fonte de informação, por exemplo). Se considerarmos a sucessão das teorias ao longo das décadas do século XX, podemos observar, então, que a abordagem científica frente ao problema de produção de notícias adotou traços da etnografia:

A abordagem etnográfica, ao contrário de outras abordagens centradas no produto dos *mass media*, permite a observação, teoricamente orientada, das práticas sociais efetivas que dão lugar à produção cultural. Todas as formas de análise de mensagens produzidas enfrentam complicados problemas de inferência, que dizem respeito aos processos produtivos enquanto tais e contém, por isso, lacunas explicativas (SCHLESINGER, 1978b apud WOLF, 1987, p 165).

Dentro dessa perspectiva, a academia passou a considerar elementos que também refletem no processo de elaboração das notícias como, por exemplo, a estrutura hierárquica da organização jornalística e seu respectivo desequilíbrio de poder – existente entre jornalista e diretores e donos das empresas. Segundo Traquina (2001), “o jornalismo é também um negócio” e, por isso, os profissionais da área exercem suas funções como funcionários de uma instituição, que também, assim como eles, tem interesses em jogo. Certas aspirações políticas, econômicas e sociais internas ou externas à organização jornalística interferem e modificam constantemente a decisão dos editores dos jornais na hora de elaborar o material noticioso, seja no momento de escolher entre o imenso universo de acontecimentos no mundo quais eventos merecem receber condição pública de notícia seja, num momento posterior, de selecionar quais das notícias elaboradas têm força o suficiente para virar destaque. O jornalismo, por ser um negócio, precisa ser

eficiente, organizado e, em última instância, uma atividade planejada (o conceito de valores-notícia – de noticiabilidade –, que será discutido com mais detalhes adiante, é um grande exemplo disso). A visão mais moderna do *newsmaking* enxerga o processo, então, como uma construção social, influenciada pela relativa autonomia do homem (o jornalista), pela empresa e pelo mundo que, inclusive, a notícia ajuda a moldar. Carey apud Traquina explica que:

Na perspectiva do paradigma construtivista, embora sendo índice do “real”, as notícias registram as formas literárias e as narrativas para enquadrar o acontecimento e, por isso, são alguns exemplos de como a notícia, dando vida ao acontecimento, constrói o acontecimento e constrói a realidade (TRAQUINA, 2007, p. 87).

Na perspectiva das notícias como construção, e não de jornalismo como simples instrumento de poder político ou econômico – que desconsidera a relativa autonomia dos profissionais de imprensa, por exemplo –, podemos enquadrar uma passagem de Traquina que traz concepções construtivistas dos estudiosos Stuart Hall, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts. Escrevem os autores:

[...] queremos chamar a atenção para as mais rotineiras estruturas de produção de notícias, para observar como os mídia vêm, de fato, e, em última instância, a *reproduzir as definições dos poderosos*, sem estarem, num sentido simplista, a seu serviço (HALL et al 1973/1993 apud TRAQUINA, 2001, p.91).

Nelson Traquina (2001, p.94) define então as notícias. Segundo ele, “as notícias são o resultado de um processo de produção definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (principalmente os acontecimentos) em um produto (as notícias)”.

Dizer que a notícia é uma ‘estória’ não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora de sua própria validade interna. Os relatos noticiosos, mais uma realidade seletiva do que uma realidade sintética, como acontece na literatura, existem por si sós. Eles são um documento público que colocam o mundo à nossa frente (TUCHMAN, 1976/1993 apud TRAQUINA, 2001, p.30).

A perspectiva etnoconstrucionista, que busca agregar uma análise micro e macrossociológica do *newsmaking*, entendeu assim a definição de notícia e, através de suas pesquisas, apresentou outro fator importante na sistemática de se produzir

material noticioso: “a tirania do fator tempo”. Como foi dito anteriormente, a escassez de tempo levou à planificação do trabalho dos jornalistas.

Pressionadas pela tirania da “hora do fecho”, as empresas do campo jornalístico são ainda mais obrigadas a elaborar estratégias para fazer face ao desafio colocado pela dupla natureza de sua matéria-prima: a) os acontecimentos [...] podem surgir em qualquer parte; b) os acontecimentos podem surgir a qualquer momento; c) face à imprevisibilidade, as empresas jornalísticas precisam impor ordem no espaço e no tempo (TRAQUINA, 2001, p. 95).

Apresentado o panorama e o contexto da produção de notícias, passaremos à outra parte, que também está diretamente ligada ao processo: o conceito de noticiabilidade e a definição dos valores-notícia.

## 2.2 NOTICIABILIDADE

Os acontecimentos constituem um enorme universo de matéria-prima; a estratificação deste recurso consiste na seleção do que irá ser tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir a existência pública de notícia, numa palavra ter noticiabilidade. Aliás, a questão central do campo jornalístico é justamente esta: O que é notícia? (TRAQUINA, 2001, p. 94).

O desafio proposto a todos os jornalistas de definir e escolher qual é o acontecimento suficientemente capaz de entrar no corpo do noticiário do dia também foi objeto de estudo do acadêmico italiano Mauro Wolf. As organizações de imprensa, para conseguirem produzir notícias frente à “superabundância de fatos que acontecem”, precisam, conforme Tuchman, cumprir três obrigações:

- a) devem tornar possível o reconhecimento do fato desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como 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, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão ligadas entre si (TUCHMAN, 1977 apud WOLF, 1987, p. 167).

Mauro Wolf (1987), considerando a “cultura profissional” dos jornalistas, somada às “restrições ligadas à organização do trabalho”, define noticiabilidade:

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para

adquirirem a existência pública de notícias [...] Pode também dizer-se que a 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 de fatos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (WOLF, 1987, p. 168).

Como pudemos observar nas referências acima, a noticiabilidade está, conforme o acadêmico italiano (1987), “estritamente relacionada com os processos de rotinização” e com a padronização da produção das notícias. Outro fator extremamente influente no trabalho dos jornalistas é que esses profissionais sempre fazem o próximo noticiário com a pressão da passagem do tempo e dispendo de recursos limitados, já que não se pode estar em todos os lugares ao mesmo tempo e, para estar em determinados lugares, é necessário um aporte financeiro, que muitas vezes poderá ser bastante grande. Sendo assim, a planificação do trabalho é uma das soluções para ajudar na escolha do que é importante e possível de ser coberto pelos jornalistas.

É preciso afirmar que, apesar de planejado, com estratégias e procedimentos, o trabalho dos jornalistas – considerando o que é noticiabilidade – não é estático. Pelo contrário, é uma atividade de negociação. “Essas negociações são efetuadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e de rigidez e em diferentes momentos do processo produtivo” (MAGISTRETTI, 1981 apud WOLF, 1987, p. 171). A escolha e elaboração das notícias, como já foi dito anteriormente, podem ser influenciadas tanto pelos jornalistas quanto pelas organizações e pela própria sociedade. Por isso, “os critérios de relevância são, por um lado, flexíveis e variáveis quanto a mudanças de certos parâmetros e, por outro lado, são sempre considerados em relação à forma de operar do organismo que faz a informação” (ATHEIDE apud WOLF, 1987, p. 171)

Segundo os desenvolvimentos dos estudos de Höijer, citado por Wolf (1987), há no noticiário uma abordagem dos acontecimentos que se caracteriza pela superficialidade e pelo desprendimento do contexto.

As poucas tentativas para descrever um tema mais aprofundado são, geralmente, desprovidas de sistematicidade e pouco incisivas [...]. A lacuna mais séria é o fato de metade dos temas estudados carecer da informação em *background* ou fornecer apenas referências incompletas aos fatos e motivos subjacentes. [...] O que daí resulta é uma memória fragmentada, cheia de pormenores isolados e a que falta o contexto (HÖIJER, 1981 apud WOLF, 1987, p. 170-171).

O acontecimento é, então, tirado do contexto original (ou seja, a chamada realidade) e é re-allocado sob a forma de notícia, dessa vez fragmentado. Sendo assim, o fato é re-contextualizado dentro do noticiário, como em uma nova, digamos, realidade.

## 2.3 OS VALORES-NOTÍCIA

Os valores-notícia estão diretamente relacionados ao que é entendido por noticiabilidade. Na verdade, segundo Mauro Wolf (1987), eles são componentes da noticiabilidade, que agem uns em relação aos outros de forma complementar na seleção de um fato a ser noticiado ou não. Ou seja, os valores-notícia são elementos que orientam os jornalistas na determinação do que deve ser noticiado e o que deve ser descartado em um momento específico do processo produtivo. Por exemplo, um acontecimento pode não ser tratado como notícia em um país e ser apresentado em outro local por diversos fatores, seguindo algum valor-notícia que se julga mais importante naquele momento e situação. É de se salientar que o caráter orientador dos valores-notícia também interfere dentro do que se vai noticiar, isto é, depois de definidos quais acontecimentos serão colocados no corpo do noticiário (ou jornal), os valores-notícia direcionam os olhos dos profissionais de imprensa no que se refere ao que deve ser enaltecido, priorizado ou mesmo minimizado e omitido.

Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redacionais [...] Os valores-notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda a serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são suas possibilidades de ser incluído (GOLDING – ELLIOTT, 1979 apud WOLF, 1987, p. 174).

Os valores-notícia também têm outra característica importante: eles “constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objetos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração das notícias” (GOLDING – ELLIOTT, 1978 apud TRAQUINA, 2008, p. 62). Estão, portanto, relacionados a um processo planejado e objetivo de elaboração e escolha das notícias, reconhecidamente

influenciados pela escassez de tempo (exemplificada, por exemplo, pela pressão do *deadline* diário dos jornais).

Ao longo dos anos, a visão dos jornalistas sobre o que é notícia se alterou, muito em virtude da modificação do entendimento e delimitação dos valores-notícia. Esses elementos de noticiabilidade, desse modo, não são estáticos e podem ser revistos de tempos em tempos, delimitados conforme a visão de mundo e a época em que se vive. Também podem ser alterados de localidade para localidade, de empresa jornalística para outra instituição do setor etc. No entanto, o que as pesquisas acadêmicas sobre o tema mostram é que existe um certo padrão entre as notícias de momentos históricos diferentes e distantes, como se elas apresentassem um caráter duradouro, como classificou Stephens, citado por Nelson Traquina (2008).

Segundo Traquina (2008, p. 65), por exemplo, no século XV e XVI, quando apareceram as chamadas folhas volantes (entendidas pelo autor português como uma forma pré-moderna do jornal), os valores-notícia estavam relacionados ao insólito, aos “acontecimentos que produziam o maior espanto, a mais profunda maravilha, a maior surpresa”, como feitiçarias e milagres; e também relacionados às figuras importantes, ou seja, a importância do ator principal fazia um acontecimento virar notícia, como por exemplo, a viagem de uma rainha. Já, se considerarmos outro momento histórico, poderíamos ver outros elementos determinando sobre o que deve ser noticiado ou não. Por exemplo, conforme Traquina (2008), na década de 1970, a notoriedade do ator principal dos acontecimentos influenciava decisivamente na hora de selecionar o que poderia ser exposto publicamente como notícia. Portanto, mesmo com um intervalo de quase 500 anos separando as duas épocas supracitadas, o valor-notícia usado para selecionar um acontecimento foi basicamente o mesmo: a importância do ator principal do fato.

É surpreendente que a essência das notícias pareça ter mudado tão pouco? A que outros assuntos se poderiam as notícias ter dedicado? Podemos imaginar um sistema de notícias que desdenhasse o insólito em favor do típico, que ignorasse o proeminente, que dedicasse tanta atenção ao datado como a atual, ao legal como ao ilegal, à paz como a guerra, ao bem-estar como à calamidade e à morte? (STEPHENS, 1988 apud TRAQUINA, 2008, p.69).

O trabalho aqui proposto aborda os valores-notícia segundo a visão e classificação apresentada por Nelson Traquina. No entanto, assim como o autor português faz, serão citados rapidamente alguns nomes que contribuíram para o

estudo acerca dos valores-notícia. Galtung e Ruge foram, conforme Traquina (2008), os primeiros acadêmicos a explorar sistematicamente e a fundo o universo desses “elementos da noticiabilidade”. Os autores chegaram a apresentar doze valores-notícia, que posteriormente serviram de base para outros estudos. Entre os valores considerados por Galtung e Ruge estavam a amplitude do evento, o inesperado, a significância e a referência a algo negativo, por exemplo. Como foi dito anteriormente, serão apenas citados os autores, já que a ênfase desse trabalho está baseada na delimitação e classificação de Nelson Traquina. Outra escola de estudiosos que contribuiu com pesquisas sobre o tema foi a canadense, com nomes como Richard Ericson, Patrícia Baranek e Janet Chan. As contribuições de outros acadêmicos como Fishman, Gans, Hartley e Wolf também são significativas, segundo Traquina (2008).

O acadêmico lusitano apresenta os valores-notícia, entendidos como elementos da cultura jornalística, divididos em duas grandes categorias: os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Citando Bourdieu (1997), Traquina (2008), num primeiro momento, coloca os valores-notícia como óculos particulares dos jornalistas nesse processo de seleção e elaboração das notícias. É interessante dizer, para efeito de esclarecimento, que a classificação de Traquina sobre os valores-notícia, apesar de herdar contribuições de Galtung e Ruge, por exemplo, que entendem os valores-notícia dentro de um único bloco indistinto, está mais próxima à visão do acadêmico italiano Mauro Wolf, também citado neste trabalho. Foi o estudioso italiano que delimitou e conceituou pela primeira vez a divisão desses elementos de noticiabilidade em valores-notícia de seleção e de construção.

Wolf define os valores-notícia de seleção, como o próprio nome sugere, como aqueles que os jornalistas lançam mão no momento de selecionar um acontecimento que pode ser apresentado sob a forma de notícia. Segundo Traquina (2008), Wolf divide esses elementos em dois subgrupos: os critérios substantivos, que dizem respeito à “avaliação direta do acontecimento em termos de sua importância e ou interesse como notícia [...] e os valores contextuais, que dizem respeito ao contexto de produção das notícias” (TRAQUINA, 2008, p. 78).

Já os valores-notícia de construção, para Wolf, segundo o estudioso português, estão relacionados ao momento de elaboração, de produção da notícia. Traquina (2008) diz que eles são linhas-guia para apresentação do material, ou seja, os jornalistas a todo momento, na hora de fazer efetivamente o jornal, lançam mão

desses valores para ajudar a delimitar o que deve ser enaltecido, valorizado e mais claramente exposto, e o que deve ser omitido ou apresentado de forma mais acanhada.

### **2.3.1 Valores-notícia de seleção**

#### 2.3.1.1 Valores-notícia substantivos

Os valores-notícia substantivos são, segundo a classificação de Nelson Traquina (2008), dez: a morte, a notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o fator tempo (em suas diferentes formas), a notabilidade (também presente em diversas situações), o inesperado, o conflito/controvérsia e a infração. Conforme foi exposto anteriormente, os valores-notícia estão relacionados uns com os outros, sempre com uma interferência mútua. Os acontecimentos do dia-a-dia não se limitam à classificação por um único valor-notícia. Quanto mais elementos de noticiabilidade contiver o acontecimento, mais possibilidade de este fato virar notícia. São valores, desse modo, analisados e segregados de acordo com os acontecimentos.

A morte é para Traquina um dos valores-notícia. Segundo ele, é esse elemento de noticiabilidade que contribui para o visível negativismo dos jornais e telejornais do dia. O interesse por cadáveres (ou melhor, pela quantidade de cadáveres de um determinado acontecimento) está relacionado para os jornalistas ao que se entende por “melhores estórias”. Traquina (2008) diz que onde há morte, há jornalistas. Quanto mais corpos, melhor. Conforme relato de Traquina, “podemos dizer que todos nós seremos notícia pelo menos uma vez na vida – no dia seguinte à morte, ou nas páginas interiores ou com destaque na primeira página”. (2008, p. 79)

A notoriedade do ator principal de um acontecimento é outro valor-notícia apresentado por Traquina. Um exemplo clássico desse elemento de noticiabilidade é a busca constante por parte da comunidade jornalística de fontes oficiais, de políticos ou, nas palavras de Traquina, estrelas políticas. Por exemplo, em uma situação de aparente normalidade, Luis Inácio Lula da Silva, presidente da República Federativa do Brasil, tem evidente preferência por parte dos jornalistas em relação a qualquer prefeito, vereador, deputado e mesmo governador.

Outro valor-notícia apresentado por Nelson Traquina é a proximidade. Segundo ele, esse elemento de noticiabilidade está principalmente relacionado à proximidade geográfica, mas também considera as proximidades culturais. Quanto mais as pessoas se sentirem próximas da situação retratada na notícia, mais impacto sobre o público irá causar. Um exemplo de destaque apresentado por Traquina (2008) foi o assassinato de seis empresários portugueses ocorrido em agosto de 2001 no Brasil. Em Portugal, o acontecimento teve uma repercussão grande, já que se tratava de cidadãos portugueses. Portanto, a situação merecia destaque, pois havia proximidade cultural entre as vítimas e o povo lusitano. O fator distância geográfica não foi determinante nesse caso.

A relevância é mais outro valor-notícia apresentado por Traquina (2008). Herdado das colaborações de Galtung e Ruge, esse elemento de noticiabilidade está relacionado “à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque tem impacto sobre a vida das pessoas”. De acordo com Traquina, quanto mais o acontecimento tocar sentimentalmente o público, maior será a chance de ser noticiado.

A novidade é outro elemento de noticiabilidade apresentado por Traquina (2008). De acordo com o autor português, para a comunidade jornalística voltar a abordar um acontecimento que já havia sido noticiado, precisa surgir fatos novos que justifiquem o esforço físico e econômico da classe jornalística para continuar a tratar como notícia esse acontecimento.

Traquina coloca o fator tempo como outro valor-notícia. Segundo ele, esse elemento de noticiabilidade apresenta-se em diferentes formas. Podemos enquadrar o fator tempo sob a forma de atualidade. “A existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de ‘*news peg*’, ou gancho [...] para outro acontecimento ligado a esse assunto” (TRAQUINA, 2008, p 81). O fator tempo é valor-notícia também quando agentes sociais (e, conforme Traquina, principalmente profissionais de relações públicas) estabelecem os chamados dias – dia da criança, por exemplo. Todos os anos, nas proximidades de 12 de outubro, assuntos relacionados ao dia das crianças são colocados em evidência, como destaque, e, conseqüentemente, renovam o caráter atual do tema. Por isso, nesta época, esse assunto ganha maiores possibilidades de virar notícia. A outra abordagem de o fator tempo como valor-notícia é sob a forma mais estendida ao longo do tempo, de acordo com Traquina. Conforme o impacto causado pela notícia de um determinado assunto, esse tema continua por um tempo maior com valor-

notícia, sendo abordado por diversas vezes e de diferentes formas. Como exemplo podemos citar o caso do Taleban no Afeganistão depois dos ataques de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos da América.

Outro valor notícia apresentado por Traquina é a notabilidade. Segundo o acadêmico lusitano, esse elemento de noticiabilidade está relacionado à qualidade de ser visível e tangível. O autor explica que a notabilidade, por estar ligada ao que é tangível, evidencia o fator de o jornalismo se focar na cobertura de acontecimentos e não problemáticas. A escassez de tempo, conforme Traquina, contribui para esse comportamento dos jornalistas

Os acontecimentos estão concretamente enterrados na “teia da *faticidade*”, ou seja o quem? o quê? o quando? o onde? o como? o porquê? do tradicional *lead* noticioso. As problemáticas não estão. Os acontecimentos são concretos, delimitados no tempo e mais facilmente observáveis (TUCHMAN, 1978 apud TRAQUINA, 2008b, p. 83).

A notabilidade também é valor-notícia sob o registro da quantidade de pessoas envolvidas com o acontecimento, de acordo com Traquina (2008). Via de regra, quanto mais pessoas estiverem inseridas em um determinado acontecimento, mais chance de virar notícia. A inversão, ou seja, o contrário do normal é outro registro de notabilidade, segundo o autor lusitano. O bizarro e o insólito estão englobados nesse registro. Conforme Traquina, a falha (entendido como defeito, insuficiência normal e regular) também é outro registro de notabilidade. Os acidentes, diz Traquina, figuram nessa classificação.

Outro valor notícia apresentado por Traquina é o inesperado, colocado pelo autor como fator importante da cultura jornalística. O que surpreende os jornalistas vira notícia. Acontecimentos inesperados e surpreendentes tornam-se mega-acontecimentos e, portanto, passíveis de virar notícias.

O conflito/controvérsia é outro valor-notícia relacionado por Traquina (2008). Segundo o autor, acontecimentos que contenham violência física ou simbólica revelam este tipo de elemento de noticiabilidade. Os bate-bocas políticos entre senadores, por exemplo, são acontecimentos possuidores desse valor-notícia.

A infração é um valor-notícia apresentado por Traquina. A transgressão às regras, como o crime, está relacionada a esse elemento de noticiabilidade. Como foi dito anteriormente, os valores-notícia estão relacionados entre si. Os crimes são exemplos disso. Infrações envolvendo morte, com várias vítimas (entre elas personalidades importantes) possuem um grande valor-notícia. O escândalo, de

acordo com Traquina, está englobado neste tipo de valor-notícia. O famoso caso de *Watergate* é um exemplo de escândalo com grande valor-notícia. Segundo o autor lusitano, são escândalos desse tipo que reforçam a mítica de que os jornalistas são os “cães de guarda das instituições democráticas” (TRAQUINA, 2008, p. 85).

Nelson Traquina esclarece que os valores-notícia substantivos contribuem para “construir a sociedade como consenso”. Segundo ele, “sem este conhecimento consensual de fundo, nem os jornalistas nem os leitores poderiam reconhecer o plano das notícias” (TRAQUINA, 2008, p. 86).

Traquina (2008) traz a concepção de John Hartley. Segundo o autor citado, os valores-notícias formam um código que vê o mundo de uma forma particular. Para Hartley, os valores-notícia são um código ideológico, não sendo, dessa forma, nem naturais nem neutros, segundo Traquina (2008).

Para além dos valores-notícias de seleção substantivos, mas que também estão relacionados aos acontecimentos, podemos enquadrar o conceito de tipificação, proposto por Gaye Tuchman (apud TRAQUINA, 2008, p.97), como um processo de controle do trabalho jornalístico. As tipificações seriam, para Tuchman, classificações surgidas da ação prática propositada. Dentro dessa perspectiva, outros autores trabalharam com o conceito de tipificação. Podemos citar a tipificação do acontecimento noticioso excepcional, chamada por Traquina de mega-acontecimento, já que movimenta e “provoca a alteração completa” das rotinas jornalísticas das redações.

Tuchman apud Traquina apresenta outras três tipificações: os acontecimentos noticiosos localizados, que “aparecem subitamente e devem ser processados rapidamente” (TRAQUINA, 2008, p. 98) e são não-programados; os acontecimentos noticiosos em continuação, que são intencionais e pré-anunciados e que se estendem no tempo em momentos específicos, conforme Traquina; e os acontecimentos noticiosos em desenvolvimento, que são eventos súbitos, mas não-programados, o que, segundo Traquina, diferencia esse tipo de acontecimentos dos eventos noticiosos em continuação. De acordo com Traquina, essas tipificações de Tuchman formam as notícias em relevo, que se opõem às notícias ligeiras. As notícias em relevo são as *hard news*, de acordo com a autora norte-americana, eventos passíveis de serem noticiáveis. Já as notícias ligeiras, as *soft news*, “dizem respeito às fraquezas humanas”, conforme Tuchman.

Molotch e Lester, citados por Traquina (2008), diferenciam os mega-acontecimentos das notícias de rotina. Para eles, nas palavras do autor português,

as notícias de rotina são intencionais, planejadas e realizadas pelo próprio organizador. São, conforme Traquina, a maioria das notícias veiculadas.

Molotch e Lester também apresentaram tipificações como as notícias de acontecimentos de escândalo, de acidentes e as chamadas notícias de acontecimentos midiáticos. Esse tipo de acontecimento de mídia apresenta as seguintes características: é rico em valores-notícia, já que a sociedade pressiona de tal forma que torna obrigatório o acompanhamento noticioso do caso, segundo Traquina (2008); são acontecimentos pré-planejados e anunciados, que favorece e permite a transmissão ao vivo; são acontecimentos enquadrados no tempo e no espaço, o que também favorece a transmissão em tempo real, conforme o autor português; possuem, para os estudiosos Dayan e Katz, citados por Traquina (2008, p. 100), carga dramática; e, por fim, é um acontecimento que destaca um grupo ou uma figura importante.

### 2.3.1.2 Valores-notícia contextuais

Conforme a definição de Wolf (1987), os valores-notícia contextuais (de seleção) estão relacionados ao processo de produção das notícias, e não às características dos acontecimentos. A classificação de Traquina mostra cinco valores-notícia contextuais: a disponibilidade, o equilíbrio, a visualidade, a concorrência e o dia noticioso.

A disponibilidade diz respeito, conforme Traquina (2008), à facilidade de se cobrir jornalisticamente um acontecimento. Quanto mais próximo e menos custoso for para cobrir o acontecimento, mais chance de se noticiar o assunto, já que os recursos são limitados.

O equilíbrio é outro valor-notícia referente ao contexto. De acordo com Traquina (2008), o valor-notícia de um acontecimento está relacionado com a quantidade de outras notícias sobre o mesmo acontecimento que está sendo ou que foi publicada há relativamente pouco tempo por um jornal. Desse modo, segundo Traquina, um acontecimento não é noticiado por uma questão de equilíbrio, pois já havia sido noticiado há pouco tempo no mesmo jornal.

Outro valor-notícia de contexto é a visualidade, conforme Traquina (2008). Esse elemento de noticiabilidade está relacionado com os filmes e fotografias. Quanto mais qualidade e impacto uma imagem causar sobre o público, mais chance de ser noticiada.

A concorrência é outro valor-notícia de contexto. De acordo com Traquina (2008), as empresas do setor jornalístico têm concorrentes, o que modifica a visão sobre o que é ou não notícia. O furo jornalístico, por exemplo, é buscado com bastante empenho, já que é a possibilidade de um jornal apresentar um acontecimento marcante antes de todos os outros jornais concorrentes. Por outro lado, para não deixar a concorrente “dar” o furo, os jornais de uma mesma região publicam as mesmas notícias, ou seja, ninguém quer deixar o concorrente dar uma notícia em primeira mão.

O último valor-notícia de contexto apresentado por Traquina é o dia noticioso. Segundo ele, existem dias ricos em acontecimentos e outros nem tão abundantes em eventos marcantes. Em dias com muitos acontecimentos importantes, há concorrência entre diversos eventos em relação à seleção de notícias, predominando, logicamente, os mais importantes e relevantes. Em dias mais “fracos”, com poucos acontecimentos marcantes, eventos menos importantes conseguem mais espaço nas páginas dos jornais, às vezes, inclusive, na capa.

### **2.3.2 Valores-notícia de construção**

Os valores-notícia de construção estão relacionados à elaboração das notícias. A classificação dos valores-notícia de construção segundo Traquina (2008) coloca a simplificação como um dos elementos de noticiabilidade. Segundo o autor português, quanto mais simples e menos ambíguo e complexo for um acontecimento, maior será a chance de esse acontecimentos ser entendido e visto pelo público.

Outro valor-notícia de construção é a amplificação, segundo Traquina. Conforme explicação do autor, quanto mais amplificado é o acontecimento, mais possibilidade de esse acontecimento ser notado. A amplificação pode estar relacionada ao ato, ao interveniente ou às possíveis consequências do ato.

Mais um valor-notícia de construção é a relevância. Conforme o autor, quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento mais chances de a notícia ser notada. Traquina (2008) coloca a responsabilidade quanto à relevância sobre os jornalistas. Para ele, é esse tipo de profissional de mídia que torna o acontecimento relevante para o público. É o jornalista que mostra o sentido do acontecimento para as pessoas.

Outro valor-notícia de construção é personalização. Conforme Traquina (2008), quanto mais personalizada for o acontecimento, ou seja, quanto mais se valoriza as pessoas envolvidas no acontecimento, mais chance de a notícia ser notada. O autor português cita outros estudos que reforçam o valor-notícia da personalização: “pessoas gostam de pessoas”.

A dramatização é outro valor-notícia da classificação de Traquina. Segundo ele, o reforço dos lados mais emocionais, mais crítico, aumenta a chance de a notícia ser notada.

Por fim, temos a apresentação do último valor-notícia de construção: a consonância. Segundo Traquina (2008, p.93), “quanto mais a notícia insere o acontecimento numa ‘narrativa’ já estabelecida”, mais possibilidades tem de a notícia ser notada. Coloca-se a notícia nova em um contexto já conhecido pelo leitor “com mobilização de ‘estórias’ que os leitores já conhecem”. Segundo Traquina, o novo é colocado em meio a velhas estórias.

Os valores-notícia também são influenciados pela separação dos jornais em editorias e seções. De acordo com Traquina, a reserva de um número específico de páginas para notícias de um tipo (por exemplo, de repercussão internacional) estimula assuntos sobre esse tema, já que o espaço precisa necessariamente ser preenchido.

A relação entre fontes e jornalistas também interfere no momento de elaborar notícias. Em diversas situações de cobertura noticiosa, por exemplo, poderão predominar as fontes oficiais, conforme o valor-notícia da disponibilidade (já que uma fonte oficial geralmente dispõe de credibilidade junto ao público, o que, em muitas vezes, dispensa um número maior de outras fontes “complementares”). Como dito antes, os recursos são escassos e, por isso, precisa predominar o procedimento mais prático e eficaz. Segundo Traquina, as notícias precisam ser produtivas. O autor português cita pesquisas anteriores e diz que as “burocracias fornecem um ‘subsídio informacional’ aos meios de comunicação social, porque a produção das notícias fica muito mais barata sempre que uma grande parte do trabalho é feita por organizações no exterior” (TRAQUINA, 2008, p.94).

Para concluir a exposição sobre valores-notícia, Traquina esclarece que o mundo das notícias não é o mundo na normalidade, e sim da ruptura com essa realidade normal. O que é diferente, que foge do comum, vira notícia. Acontecimentos triviais e rotineiros naturalmente têm menos elementos de

noticiabilidade e, portanto, dispõem de menos chances de se tornarem públicas sob a forma noticiosa.

## 2.4 TEORIA DO AGENDAMENTO

A primeira vez que se tratou o conceito de agendamento (Agenda–Setting) foi na década de 1970, em um artigo de uma revista acadêmica norte-americana. As reflexões de McCombs e Shaw, segundo Traquina, vinham em resposta à idéia vigente na época, de que os mídia (mais precisamente as empresas jornalísticas) eram dotados de poderes reduzidos e tinham efeitos limitados sobre a audiência.

Conforme esclarece Traquina em sua análise sobre o conceito de agendamento realizada no livro “*O estudo do jornalismo no século XX*” (2001), o conceito inicialmente apresentado é de alguma forma limitado e, por isso, esta abordagem tenta mostrar que o conceito de McCombs e Shaw evoluiu nos mais de vinte anos de existência, revelando-se maior, mais complexo e dotado de um poder maior do que inicialmente se imaginava.

A capacidade dos mídia em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública confirma seu importante papel na figuração de nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir do *mass media* (MCCOMBS E SHAW, 1977:apud TRAQUINA, 2001, p. 14).

Como surgiu na década de 1970, a teoria do agendamento é sucessora de pelo menos outros dois estudos sobre os efeitos dos media: a teoria Hipodérmica e a Teoria dos Efeitos Limitados. A teoria Hipodérmica, de acordo com Traquina (2001), defendia que existiam mensagens dos mídia que atingiam diretamente a todos os membros de uma audiência massificada. Os meios de comunicação, então, conforme acadêmicos que seguiam esse paradigma, tinham muito poder, já que o público, indiferenciado, sempre respondia/reagia de forma previsível e em consonância com o estímulo recebido. Anos mais tarde, já na década de 1940, alguns estudos – principalmente acerca de eleições políticas – tentavam provar que, na verdade, as mensagens midiaticizadas não interferiam diretamente nas atitudes e pensamentos da audiência. Essas mensagens eram assimiladas, gerando pouca mudança no comportamento do público. Essa era a chamada Teoria dos Efeitos

Limitados, resultados principalmente, segundo Traquina (2001), dos trabalhos de Katz e Lazarsfeld e que teve seu apogeu na década de 1960.

Como foi dito anteriormente, o conceito de agendamento é uma resposta ao que se vinha praticado em termos de academia até então, ou seja, é uma reação à teoria dos Efeitos Limitados. Segundo Traquina (2001), um fator que contribuiu para o crescimento da teoria do agendamento foi o aparecimento dos primeiros doutorados em Comunicação. Conforme explica o acadêmico português, esses doutorados “sentiam que o propósito principal dos mídia era informar, mais que persuadir ou modificar comportamentos. Procuravam assim efeitos cognitivos, tais como o agendamento” (TRAQUINA, 2001, p. 17).

Se observarmos bem a resumida definição de McCombs e Shaw sobre agendamento, podemos extrair o seguinte: existe uma relação causal entre a agenda midiática (jornalística) e a chamada agenda pública. É interessante dizer que, segundo Traquina (2001), essa hipótese já havia sido levantada pelo estudioso Walter Lippmann quarenta anos antes – só que sem usar o termo *agenda-setting* da agenda pública. De acordo com Traquina (2001), Lippmann, na década de 1920, já dizia que os meios de comunicação são a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens desses acontecimentos em nossa mente. Outras contribuições se sucederam nesta mesma linha, e, por fim, em 1972, McCombs e Shaw publicavam o artigo que definia o conceito e lhe dava nome: *Agenda-Setting*.

Segundo Rogers, Dearing e Bregman (apud TRAQUINA, 2001, p. 19), três componentes abarcam o estudo sobre agendamento: a agenda midiática, a agenda pública e a agenda das políticas governamentais. Traquina assim explica os três componentes sob a ótica dos autores supracitados:

[...] os estudos da agenda midiática (*media agenda-setting*), definidos como os estudos dos conteúdos dos mídia, os estudos da agenda pública (*public agenda-setting*), definidos como os estudos que conceituam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte de membros do público, e os estudos da agenda das políticas governamentais (*policy agenda-setting*), definidos como o estudo da agenda governamental (TRAQUINA, 2001, p. 19).

Para efeito de esclarecimento, Traquina coloca a teoria do agendamento num contexto de construção de notícias e, por isso, entende a agenda midiática como a agenda jornalística. Traquina (2001) cita ainda o trabalho de Molotch e Lester para melhor delimitar os três componentes de agendamento. Segundo os autores, existem três tipos de pessoas, cada tipo mais ligado a um determinado tipo

de agenda. Os três tipos são: os promotores de notícia (*news promoters*), os *news assemblers* e, por fim, os consumidores de notícias (*news consumers*).

Os promotores de notícias são aquelas pessoas e associados que, segundo Traquina, identificam e tornam observável uma ocorrência como especial. Estão ligadas à agenda das políticas governamentais, ou melhor, são as pessoas que propõem esse tipo de agenda. É interessante dizer que os outros “agentes especializados e membros do campo político” também enquadram esse grupo de pessoas, cada um com sua agenda política específica. A agenda das políticas governamentais, no entanto, segundo Traquina, talvez seja a mais importante das agendas políticas. Os *news assemblers* são aqueles profissionais que “transformam um perceptível conjunto finito de ocorrências promovidas em acontecimentos públicos através de publicação ou radiodifusão” (MOLOTCH E LESTER, 1974/1993 apud TRAQUINA, 2001, p. 21). Estão, desse modo, envolvidos com a agenda midiática, ou melhor, agenda jornalística. Os consumidores de notícias são, como o próprio nome sugere, aqueles membros da audiência, que sofrem (ou estão passíveis de influência dos meios noticiosos). Estão, assim, ligados à agenda pública.

A existência dos *news assemblers* (dos jornalistas) permite um dos elementos mais elementares do conceito de agendamento, conforme McCombs. Segundo ele, “Se os mídia não nos dizem nada acerca de um tópico ou de um acontecimento, então, na maioria dos casos, ele existirá apenas na nossa agenda pessoal ou no nosso espaço vivencial” (McCOMBS apud TRAQUINA, 2001, p. 22).

Diversos autores que trabalharam o conceito, entre eles Molotch e Lester, consideravam a existência da concorrência entre os diversos eventos (ocorrências) e entre as formas de “enquadrar” esses eventos. Pessoas, segundo Molotch e Lester, têm interesses diferentes, reflexo de “culturas, origens sociais e situações específicas” diferentes. Assim, dizem os autores, existem “utilizações diferentes para os acontecimentos, ou seja, diferentes necessidades de acontecimentos (*event needs*) por parte dos agentes sociais” (MOLOTCH E LESTER apud TRAQUINA, 2001, p 23). Dentro dessa perspectiva, Molotch e Lester apontaram, segundo Traquina, alguns comportamentos e fatores envolvendo os agentes sociais no processo, como a “existência de interesses na promoção de certas ocorrências ou na preservação de certas ocorrências se tornarem acontecimentos públicos, e a intencionalidade por trás de uma parte significativa de acontecimentos.” São criados dentro dessa realidade, conforme Traquina (2001), os pseudo-acontecimentos, já

verificados na década de 1960 pelo estudioso Boorstein ao longo de seus trabalhos. Os promotores de notícias, então, criam diversos pseudo-acontecimentos que podem – e muitas vezes conseguem – tirar do foco (da agenda pública) certas situações (ou mesmo outros pseudo-acontecimentos concorrentes) que não estão de acordo com os próprios interesses desse promotor de notícias. O campo jornalístico, dessa forma, conforme Traquina (2001), é importantíssimo do ponto de vista estratégico para diversos agentes sociais, em especial do campo político. Esses agentes querem que seus interesses coincidam com os interesses do campo jornalístico, pois favorece a promoção desse evento.

Traquina (2001) faz uma ressalva quanto ao campo jornalístico no processo. Citando Molotch e Lester, o estudioso português diz que as organizações jornalísticas também criam necessidades entre os jornalistas (*news assemblers*), “necessidades essas que diferem dos promotores de notícias”. O trabalho dos *news assemblers*, assim, conforme Molotch e Lester, é de certa forma independente na produção de notícias e institucionalmente padronizado. Dentro dessa mesma linha de pensamento, entendemos também, conforme Traquina, que os jornalistas também podem ser promotores de notícias, influenciando a chamada agenda pública.

Tentando dar uma lógica ao processo, que é complexo, podemos dizer que a agenda política – e os promotores de notícias – busca acesso aos mídia e influencia a agenda jornalística (os *news assemblers* também são influenciados por todo o processo de produção da notícia, como os valores-notícia, por exemplo). Essa agenda do campo jornalístico, por sua vez, pode influenciar a agenda pública, com o material noticioso diariamente produzido. Além disso, de acordo com Traquina, as conversas interpessoais e relações diretas entre as pessoas também interferem na chamada agenda pessoal. As pesquisas de opinião feitas por organizações jornalísticas e, principalmente, por agentes da vida política tornam conhecidos esses interesses da agenda pública (coletividade de agendas pessoais) por parte dos agentes de mídia e políticos e, por isso, também, influenciam as agendas política e jornalística. Evidentemente, os acontecimentos da realidade também são outros importantes fatores que influenciam tanto a agenda política quanto a agenda jornalística.

A lógica da teoria do agendamento é vista por Traquina sob o ponto de vista da notícia como construção\*. Para o autor português, a relação entre texto e acontecimento é central no processo. Traquina (2001) diz que acontecimento cria a notícia e a notícia cria o acontecimento, como em uma relação de troca, de influência mútua. A noção da notícia como construção remodelou o conceito de agendamento apresentado na década de 1970. Pouco mais de vinte anos depois dos primeiros relatos sobre *agenda-setting*, McCombs e Shaw redefinem o agendamento:

O agendamento é consideravelmente mais que a clássica asserção que a notícias nos dizem sobre o que pensar. As notícias também nos dizem como pensar nisso. Tanto a seleção de objetos que despertam a atenção como a seleção de enquadramentos para pensar esses objetos são poderosos papéis de agendamento (MCCOMBS E SHAW apud TRAQUINA, 2001, p. 33).

De acordo com os autores, além de os mídia nos dizerem em que pensar, eles também dizem como pensar nisso e, por consequência, o que pensar.

Como foi exposto anteriormente, muitos dos trabalhos acerca da teoria do agendamento estudaram a relação (que se confirmou causal – pelo menos em parte) entre a agenda jornalística e a agenda pública. Os trabalhos de Iyengar, Peters e Kinder (1982/1991) confirmavam a hipótese acima mencionada. Segundo Traquina (2001), Behr e Iyengar também escreveram sobre o tema, mas, desta vez, considerando indicadores do mundo real, como dados da economia, por exemplo. Escrevem os autores: “É imperativo que os indicadores das condições nacionais sejam levados a mostrar a relação entre a cobertura noticiosa e a saliência da questão” (Behr e Iyengar, 1985 apud TRAQUINA, 2001, p. 34).

Outros fatores também foram objeto de estudo acerca da teoria do agendamento, segundo Traquina. Por exemplo, podemos citar questões relacionadas à dúvida de se a relação entre as agendas é unidirecional ou interativa; ou se o efeito de agendamento atua da mesma forma sobre todas as pessoas ou não. Conforme Traquina, todas as divergências de entendimento refletem a complexidade do conceito de agendamento.

Por exemplo, para McLeod, Becker e Byrnes (1974), citados por Traquina (2001, p. 36), a agenda jornalística é mais influente sobre quem discute assuntos apresentados pelos meios de comunicação do quem sobre quem não discute esses

---

\* A orientadora desta monografia prefere o termo produção ao invés de construção. As duas concepções dizem respeito à teoria Interacionista.

tipos de tema. Já, para McCombs e Weaver (1973), citados por Traquina (2001, p. 36), a necessidade de orientação, “definida como a junção [...] das variáveis alto interesse e alto nível de incerteza”, interfere no processo de agendamento. Segundo eles, o efeito de agendamento ocorre em pessoas que têm grande necessidade de obter informação sobre um assunto, devido a essa necessidade de orientação (Traquina, 2001).

Segundo Traquina, a natureza do assunto tratado pela agenda jornalística também interfere na forma de como o efeito de agendamento se manifesta. Citando um estudo de Zucker (1978), Traquina (2001) explica que trabalhos acadêmicos apresentavam conclusões de que assuntos com os quais o público podia se relacionar através de suas experiências diretas, os chamados *obstrusive*, causavam menos efeito de agendamento e interferência do que os outros assuntos com os quais o público não conseguia se relacionar em relação às suas experiências diretas, (de conhecimento das pessoas), os chamados *unosobstrusive*. De acordo com o acadêmico português, o quadro temporal, a especificidade de cada mídia, a proximidade geográfica da questão em relação à audiência e o destaque dado à questão pelo campo jornalístico também interferem no efeito de agendamento.

Os assuntos *unobstrusive* colocados na agenda pública, segundo Traquina (2001), podem assim requerer uma cobertura no qual esse assunto precise ser mantido como destaque e necessite permanecer passível de ser tratado como notícia ao longo de um tempo maior (continuidade).

Enfim, para McCombs, já duas décadas depois dos primeiros artigos sobre o tema, o efeito de agendamento pode ser assim resumida, nas palavras de Traquina:

Os atributos enfatizados pelo campo jornalístico podem influenciar diretamente a direção da opinião pública. Tanto a seleção das ocorrências e/ou das questões que constituirão a agenda, como a seleção dos enquadramentos para interpretar essas ocorrências e/ou questões são poderes importantes que o conceito de agendamento agora identifica de mais de vinte anos de vida intelectual. (TRAQUINA, 2001, p. 43).

O conceito, conforme relato de Traquina, ampliou-se, mostrando desdobramentos que merecem ainda mais esforços da academia.

### 3 METODOLOGIA

O capítulo a seguir trata da metodologia na qual esse trabalho se enquadra. Em um primeiro momento, será conceituado o tipo metodológico pretendido para esse texto – a análise de conteúdo - e, em uma segunda parte, o foco está na maneira de como se dará a aplicação desse método na nossa análise principal – sobre as chamadas que compõem as capas do jornal *Destak* publicadas no mês de setembro de 2009 –, ou seja, de que modo lançaremos mão da análise de conteúdo a fim de chegarmos a uma análise consistente e fidedigna.

As origens dos estudos que tiveram como base a análise de conteúdo datam de meados do século XVIII, quando, segundo Fonseca Júnior (2005), a corte suíça analisou de forma bastante minuciosa uma série de hinos históricos anônimos em busca da possibilidade de encontrar nesses objetos de estudo algum vestígio de heresia. A regularidade no uso da análise de conteúdo, no entanto, se deu apenas no começo do século XX, figurando em trabalhos de áreas do conhecimento acadêmico bastante diversas, como a Comunicação, a Medicina e a Psicologia, por exemplo.

O uso da análise de conteúdo, além de estar presente entre as mais diversas disciplinas, teve, conforme a época, momentos de alta, com utilização em grande escala por estudiosos, e outros momentos de mais descrédito, perdendo espaço para outras formas de análise. Segundo Fonseca Júnior (2005), uma das épocas de ouro para a análise de conteúdo foi aquela concomitante à Segunda Guerra Mundial, de 1939-1945. Por outro lado, o autor apresenta a fase de menos reconhecimento desse tipo de análise. De acordo com ele, os acadêmicos marxistas da década de 1970, que pensavam que a análise de conteúdo, por ter origens no positivismo de Augusto Comte e, conseqüentemente, valorizar bastante os números e estatísticas (ciências exatas), não era capaz de analisar de forma crítica e suficiente determinados fenômenos, como os ligados à comunicação, por exemplo. O aspecto quantitativo, desse modo, se sobressai. Segundo Fonseca Júnior (2005), o estudioso Bernard Berelson, tomado pela influência positivista, apresentou a análise de conteúdo no início da década de 1950 como sendo uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação. Esta é uma das formulações clássicas sobre o tema, trazida em diversas obras subsequentes.

Fonseca Júnior diz que o início da análise de conteúdo em pesquisas sobre Comunicação ocorreu nos Estados Unidos no final do século XIX, especialmente focadas nos estudos sobre o jornalismo sensacionalista. Nessa época, conforme a pesquisadora francesa Laurence Bardin (1988, apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 282), viveu-se um momento bastante entusiasta sobre a valorização das estatísticas, dos números e das medidas, como a análise minuciosa do tamanho de fotografias e títulos de jornais da época, por exemplo. Anos mais tarde, antes ainda de 1950, ocorreram outros momentos de uso regular da análise de conteúdo. O estudo *Opinião Pública*, de Walter Lippman, que serviu de base para alguns dos trabalhos de autores que citamos no capítulo anterior sobre a construção de notícias, teve como base metodológica a análise de conteúdo.

O entendimento acerca da análise de conteúdo foi se modificando ao longo do tempo, assim como o peso que se deve dar aos valores quantitativos no momento do estudo. Na segunda metade do século XX, Bardin apud Fonseca Júnior, considerando a reformulação do conceito, disse:

[...] a análise de conteúdo já não é considerada exclusivamente com um alcance descritivo (cf. os inventários de jornais do princípio do século), antes se tornando consciência de que sua função ou o seu objetivo é a inferência (BARDIN, 1988, apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 283).

Conforme podemos observar na citação acima, a inferência é um traço forte na forma mais recente de entender a análise de conteúdo. Segundo Fonseca Júnior (2005), Bardin, neste tipo de análise a inferência é considerada “uma operação lógica destinada a extrair conhecimentos sobre os aspectos latentes da mensagem analisada”, ou seja, baseado nos indícios surgidos a partir do levantamento e manipulação dos dados coletados, o pesquisador deduz de forma lógica conhecimentos sobre o objeto estudado. A influência positivista, de valorização das ciências exatas, foi amenizada, dando mais espaço ao que Fonseca Júnior chama de mecanismos subjacentes da mensagem.

O estudioso Krippendorff (1990 apud FONSECA JÚNIOR, 2005) elaborou de outra forma o conceito de análise de conteúdo. Segundo ele, “a análise de conteúdo é uma técnica de investigação destinada a formular, a partir de certos dados, tendências reprodutíveis e válidas que podem se aplicar a esse contexto” (KRIPPENDORFF, 1990 apud FONSECA JÚNIOR, 2005 p. 284).

Como se pode observar, o entendimento sobre o que é e de como deveria ser feita análise de conteúdo se modificou bastante. Atualmente, segundo Fonseca

Júnior (2005), que cita Bauer (2002), a análise de conteúdo é uma técnica híbrida por relacionar tanto o tratamento dos dados de forma quantitativa quanto de maneira qualitativa. Isso não quer dizer que aspectos quantitativos e qualitativos devam aparecer na mesma medida na pesquisa. Em certos estudos, o pesquisador procurará enaltecer mais elementos numéricos do que qualitativos (ou vice-versa), não configurando qualquer problema para a análise. Portanto, não existe medida certa na metodologia, e sim certas escolhas que o pesquisador faz, sempre buscando um resultado mais eficiente para um estudo específico.

Além disso, hoje, a análise de conteúdo é aplicada em conjunto com outras técnicas de investigação, evidenciando ainda mais o aspecto híbrido dessa forma de metodologia.

Fonseca Júnior descreve e apresenta alguns fundamentos considerados básicos da análise de conteúdo, apesar de fazer a ressalva de que existem diversos estudos e entendimentos diferentes sobre o tema. É, portanto, um referencial, não uma regra ou uma classificação estática. Segundo o autor, a análise de conteúdo nas pesquisas em Comunicação apresenta dois requisitos fundamentais no estudo das mensagens: a sistematicidade e a confiabilidade. O método é assim descrito:

A análise de conteúdo é sistemática porque se baseia nem conjunto de procedimentos que se aplicam da mesma forma a todo o conteúdo analisável. É Também confiável – ou objetiva – porque permite que diferentes pessoas, aplicando em separado as mesmas categorias à mesma amostra de mensagens, possam chegar às mesmas conclusões (Lozano, 1994 apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 286).

Fonseca Júnior complementa a abordagem sobre o tema. Segundo Krippendorff (1990 apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 286), existem três características fundamentais da análise de conteúdo. A primeira é de que é um tipo de “orientação fundamentalmente empírica, exploratória, vinculada a fenômenos reais e de finalidade preditiva”. A segunda é de que há neste tipo de abordagem a “transcendência das noções normais de conteúdo, envolvendo as ideias de mensagem, canal comunicação e sistema”. A última característica diz que análise de conteúdo possui “metodologia própria, que permite ao investigador programar, comunicar e avaliar criticamente um projeto de pesquisa com independência de resultados”.

Fonseca Júnior (2005) ainda lembra que historicamente a análise de conteúdo se limitou aos estudos com mensagens escritas e impressas. Não quer dizer que seja um método que não contempla outros tipos de mensagens (visuais e

auditivas, por exemplo), mas sim que os estudiosos priorizaram a mensagem escrita e, por isso, ainda existe o desafio por parte da academia de lançar mão da análise de conteúdo sobre outros tipos de mensagens.

Na base que Fonseca Júnior apresenta sobre os fundamentos da análise de conteúdo também figura a classificação dos marcos de referência elaborada por Krippendorff (apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 287). Segundo ele, o pesquisador precisa considerar os pontos a seguir, como marcos de referência na análise de conteúdo. Em primeiro lugar, o pesquisador deve mostrar com clareza quais dados estão sendo analisados, de que forma foram definidos, e de onde (qual grupo, jornal ou população) foi retirada a amostra. Em segundo lugar, é preciso mostrar o contexto dos dados, de acordo com o interesse do estudo (já que pode ser utilizado por diferentes disciplinas). O contexto sempre influencia nas mensagens. Em terceiro lugar, para Krippendorff, há o conhecimento do pesquisador, já que o texto acadêmico também é um discurso e, por isso, a bagagem intelectual do analista também interfere no estudo. Em quarto lugar, está o objetivo da análise de conteúdo, que deve ser expressa de forma clara e objetiva. Podem existir também mais de um objetivo, como uma busca mais geral e outras mais específicas. Em quinto lugar, Krippendorff coloca que a inferência deve figurar como tarefa intelectual básica, relacionando os dados objetivos extraídos do objeto com o contexto que cerca esse objeto. E, como último e sexto marco de referência, há a validade como critério de sucesso, ou seja, necessitamos que sejam estabelecidos certos critérios para a validação dos resultados obtidos que comprovem que a análise dos dados realizados por meio da inferência é, de fato, precisa.

Fonseca Júnior (2005) apresenta o desenvolvimento da análise de conteúdo segundo Bardin. O autor, no entanto, faz a ressalva de que a divisão aqui apresentada não é de forma nenhuma única e também não exclui aprimoramentos. É, na verdade, a apresentação do método por parte da pesquisadora francesa na concepção original, que, de acordo com ela, tem cinco etapas. São elas: a organização da análise, a codificação, a categorização, a inferência e, por fim, o tratamento informático. Veremos as etapas mais detalhadamente.

### 3.1 ORGANIZAÇÃO

A organização da análise está relacionada, de acordo com Bardin, com três etapas. Em um primeiro momento, há a pré-análise, ou seja, planeja-se o trabalho

todo, relacionado as concepções iniciais com todas as fases sucessivas da análise. Depois, chega-se à exploração do material, que é a análise propriamente dita, configurando o momento das operações de codificação. Na última etapa, está o tratamento dos resultados obtidos e interpretação. Dos resultados coletados, são, então, feitas as inferências. Evidentemente, que a análise de conteúdo, assim como as outras formas de método, não substituem a coleta teórica. Esta precisa ser bem executada, dando suporte ao método e à análise.

Dentro da organização da análise podemos, segundo a visão de Krippendorff (apud FONSECA JÚNIOR, 2005), citada por aplicar a análise de conteúdo de diversas formas. Segundo ele, existem seis categorias de aplicação desse método: os sistemas, as normas; os índices e sintomas; as representações linguísticas; as comunicações; e por fim, os processos institucionais.

A ênfase sistêmica é uma “construção mental que descreve uma porção de realidade, constituída por um conjunto de elementos interdependentes” (FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 291).

A abordagem das regras é um tipo de análise que busca entender em que medida o objeto (as mensagens) estudado está em sintonia com as regras pré-existentes. Desse modo, segundo Fonseca Júnior, podemos dar uma avaliação sobre uma emissora de televisão pela proporção de programas jornalísticos que constam na sua grade de programação.

Conforme Fonseca Júnior (2005, p. 291), o índice é uma “variável cuja importância depende do grau em que se possa considerá-lo correlato de outros fenômenos”. Assim, a quantidade de reclamações sobre determinada emissora poderia levar à criação de índices de insatisfação, por exemplo.

A ênfase nas representações linguísticas refere-se à análise que, por meio das inferências sobre os dados obtidos, busca as implicações da linguagem de um discurso. Segundo Fonseca Júnior, que citou o trabalho de Allport sobre as chamadas *Cartas de Jenny*, realizado em 1965, essa famosa análise permitiu mostrar como poderia ser a realidade do autor das cartas, que tinham caráter pessoal, depois de feitas as devidas inferências sobre os resultados do estudo.

A abordagem sobre comunicações, apesar de pouco frequente, também pode ser feita. Na relação existente entre emissor e receptor há um contexto que influencia o intercâmbio de mensagens. A análise das comunicações pode ajudar explicar alguns efeitos ou causas dessa relação de mensagens.

A última aplicação apresentada por Krippendorff é a sobre processos institucionais. Segundo Fonseca Júnior (2005), as mensagens podem interferir no ambiente das instituições e organizações (como pudemos verificar no capítulo anterior sobre a construção de notícias e a teoria do agendamento). Por esse motivo, é bastante recorrente o uso da análise de conteúdo sobre os processos institucionais relacionados aos meios de comunicação de massa e o modo como essas organizações selecionam seus materiais (como, por exemplo, notícias).

Fonseca Júnior explica que, depois de realizada a leitura flutuante, que servirá de base para a escolha do tema, há a elaboração do aporte teórico, do problema de pesquisa e dos objetivos desse estudo. Em seguida, escolhe-se o corpus da análise, ou seja, a amostra da pesquisa.

Segundo Bardin (1988) e Barros e Targino (2000), as principais regras para elaborar o corpus são: a regra da exaustividade, da representatividade, da homogeneidade, e a regra da pertinência.

A regra da exaustividade diz que se deve analisar todos os documentos possíveis sobre o assunto e períodos escolhidos na pesquisa, não deixando para trás (para fora da análise) nenhum elemento sem estudo, independentemente da razão; a regra da representatividade é aquela que diz que dependendo do tamanho do universo que se deseja estudar, precisamos de uma amostra que represente a totalidade de elementos analisados. O tamanho dessa amostra deve, segundo Fonseca Júnior, ser uma parte representativa do universo inicial para que a análise se mostre rigorosa. De acordo com Lozano (1994 apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 292), o tamanho da amostra vai depender também dos recursos humanos, econômicos e em relação ao tempo que dispõe o pesquisador.

Uma das amostragens mais comuns utilizadas, segundo Fonseca Júnior, é a “amostragem probabilística das semanas compostas”. É uma amostragem que tem escolha aleatória e funciona da seguinte maneira, segundo Lozano (1994 apud FONSECA JÚNIOR, 2005, p. 293): juntam-se todos os dias da semana que estão dentro do período que se deseja estudar cada qual com seus iguais divididos em grupos, ou seja, formam-se grupos de segundas-feiras, de terças-feiras, de quartas-feiras, e assim por diante. Dentro de cada grupo sorteamos uma data, até completar o período que se quer pesquisar.

As outras duas regras para a constituição do corpus, segundo Bardin e Barros e Targino, são a homogeneidade e a pertinência.

A regra da homogeneidade determina que os documentos pesquisados devem ter a mesma natureza e gênero (se houver divisões dentro de elementos de mesma natureza, é preciso delimitar critérios próprios para cada subtipo). Já a regra da pertinência, como o próprio nome diz, coloca que os documentos pesquisados devem estar de acordo com os objetivos da pesquisa.

### 3.2 CODIFICAÇÃO, CATEGORIZAÇÃO, INFERÊNCIA E TRATAMENTO INFORMÁTICO

A codificação é um processo em que se tratam os dados de forma sistemática, com o objetivo de orientar o pesquisador sobre o material estudado e o referencial teórico escolhido, segundo Fonseca Júnior (2005).

A codificação possui três etapas ou fases: o recorte, a enumeração, e a classificação e agregação. De acordo com o autor, o recorte define-se pelo momento em que se escolhe as unidades de registro e o contexto. As unidades de registro podem ser partes do material estudado. Como exemplo extraído do trabalho aqui proposto temos as chamadas noticiosas como unidades de registro extraídas das capas do jornal *Destak* que compõem a amostra (unidade de amostragem). Enfim, são nas chamadas (notícias) que se concentram o interesse desta pesquisa. As unidades de contexto, por outro lado, são unidades que ajudam a entender melhor as unidades de registro, já que mostram o entorno do ambiente no qual estão essas unidades de registro.

A enumeração, segundo Fonseca Júnior, é a maneira como se quantifica as unidades de registro a fim de delimitarmos os índices. Conforme Krippendorff, os índices podem aparecer de três modos: a frequência que podemos encontrar o elemento que se quer destacar - um símbolo, ideia etc, ou seja, ligado a uma noção de importância; o equilíbrio dos pontos favoráveis e desfavoráveis do elemento que se deseja destacar, ligado a uma ideia de tendência; e, por fim, a quantidade de vezes que pode se observar o elemento de destaque e suas associações, ligado a uma ideia de intensidade.

A próxima etapa da análise de conteúdo é a categorização, que, segundo o Fonseca Júnior (2005), consiste na fase de classificar e agrupar os dados em categorias para melhor dividir e entender os dados analisados. Num primeiro momento, se faz o inventário, quando se isolam os elementos. Em seguida, realiza-

se a chamada classificação, ou seja, repartir os elementos em grupos de elementos similares.

A inferência, como foi exposto anteriormente, é uma etapa de grande importância no estudo, já que é neste momento que o pesquisador relacionará racionalmente os dados coletados e devidamente divididos metodologicamente. Conforme Fonseca Júnior (2005), é a parte mais fértil do trabalho, pois o pesquisador revela nesta etapa certos aspectos implícitos do objeto analisado.

Para efeito de esclarecimento e apresentação da última fase da análise, vamos falar brevemente do tratamento informático. Nesta etapa, para melhor tratar, armazenar e depois interpretar os dados (que, dependendo do tamanho da pesquisa, são centenas ou milhares), os pesquisadores lançam mão de determinados *softwares* próprios para esse fim. Entre esse programa de computador podemos citar, por exemplo, SPSS.

Feita essa breve delimitação do tipo de análise que se pretende para o trabalho aqui desenvolvido, passaremos para a segunda parte deste capítulo. Neste segundo momento, apresentaremos o modo como usaremos a análise de conteúdo neste estudo, ou seja, apresentamos quais critérios foram adotados para a delimitação da amostra, de que forma dividiremos os dados coletados, quais aspectos e elementos serão enfocados, com o objetivo de melhor atender aos objetivos da pesquisa etc.

### 3.3 A APLICAÇÃO DO MÉTODO

Realizada a devida apresentação do modelo metodológico no qual este trabalho se enquadra, passa-se, então, à aplicação do método. O propósito deste segmento do trabalho nada mais é que a apresentação da forma e das escolhas que serão feitas para se chegar ao objetivo central do estudo, que é responder à questão *como são as notícias da capa da edição paulistana do jornal Destak?*

Para tanto, de início, dar-se-á o esclarecimento de alguns pontos da pesquisa. Em primeiro lugar, todas as inferências serão feitas baseadas nos elementos das capas das edições que formam a amostra, ou seja, o objeto de estudo são as capas da edição paulistana do *Destak*, e não toda a edição do jornal. A partir da amostra, composta pelo o que os redatores e editores quiseram destacar do corpo do jornal (já que é na primeira página que aparece o que, para o jornal,

foram os eventos mais importantes do dia, aqueles com maior valor-notícia), deduziremos logicamente os traços mais marcantes do material noticioso apresentado no impresso. O objeto analisado, desse modo, é mais composto por chamadas noticiosas do que propriamente por notícias no formato clássico, com um desenvolvimento um pouco maior de texto. Mas, como os títulos, fotos e elementos que compõem a capa são escolhidos e selecionados segundo critérios típicos do noticiário, então, a maneira de prosseguir na pesquisa é estudar as chamadas e elementos da capa levando em consideração justamente esses mesmos critérios, próprios do jornalismo de notícias.

Nessa perspectiva, o tamanho da amostra escolhida a fim de representar um universo suficientemente grande para proporcionar inferências fidedignas e com menos distorções foi de um mês. Todas as capas das edições de setembro de 2009 (ano IV) farão parte da amostra, ou seja, edições dos números 760 ao 780, totalizando 21 dias de publicação do impresso. Como foi dito, o jornal possui edições de segunda a sexta-feira (exceto feriados) e, por isso, os dias 05/09, 06/09, 07/09, 12/09, 13/09, 19/09, 20/09, 26/09 e 27/09 não tiveram edições do *Destak*. Todos os outros dias de setembro de 2009 tiveram números do impresso e, portanto, terão suas capas analisadas nesta pesquisa.

Outro ponto importante a se destacar é que serão desconsiderados elementos da capa que não dizem respeito ao conteúdo noticioso. Material publicitário veiculado na primeira página, por exemplo, não será analisado, já que o foco deste trabalho está em delimitar como são as notícias e chamadas noticiosas que compõem o jornal *Destak*. Também é importante frisar que a análise aqui proposta, conforme exposto, é de conteúdo, não cabendo neste âmbito de pesquisa comparações com outras publicações jornalísticas semelhantes, por exemplo, as gratuitas. Reforçando, é uma análise de caracterização das notícias do objeto de estudo, não uma comparação deste objeto com outros da mesma natureza. Enfim, não faz parte da problemática central deste trabalho entender quais as diferenças ou semelhanças do *Destak* em relação a outros jornais, e sim o que caracteriza especificamente as notícias da edição paulistana do nosso objeto de estudo.

A pesquisa aqui proposta procurará englobar e classificar o material noticioso do jornal *Destak* de São Paulo segundo categorias que delimitam determinados pontos considerados centrais em uma capa de um impresso. Seguindo essa lógica de raciocínio, foram determinados quatro categorias de análise, que, no estudo em seguida desenvolvido, servirão de fonte de dados

complementares. As categorias delimitadas para análise são: manchete, fotos principais, editorias e agendamento.

A primeira categoria é manchete. Entende-se por manchete neste capítulo o título ou chamada de maior destaque na capa de um determinado impresso. Dessa forma, de maneira geral, é o título maior, com o assunto mais importante tratado no dia e, quase sempre, localizado na parte superior central das páginas. Como o trabalho aqui proposto está calcado fundamentalmente na análise do material finalizado, ou seja, do jornal exatamente como chega às mãos do público, então a inferência e classificação utilizadas levarão em conta apenas os valores-notícia de seleção substantivos. Os valores-notícia de seleção contextuais e os de construção, por estarem mais ligados ao fazer jornalístico na fonte, por assim dizer, não entram no estudo proposto, já que não se tem acesso ao processo de elaboração e construção da notícia.

Relembrando, então, os valores-notícia que serão considerados nesta categoria são os seguintes: os substantivos, que são, segundo a classificação de Nelson Traquina (2008), a morte, a notoriedade, a proximidade, a relevância, a novidade, o fator tempo (em suas diferentes formas), a notabilidade (também presente em diversas situações), o inesperado, o conflito/controvérsia e a infração. As tipificações apresentadas ainda no capítulo anterior também servirão de base para a classificação do material noticioso do *Destak*. Dessa forma, tentar-se-á delimitar se um acontecimento é localizado, em continuação, em desenvolvimento, midiático, de rotina ou mega-acontecimento, notícias de escândalo ou de acidente. Toda essa classificação, para reforçar, é realizada baseada na maior parte por trabalho do acadêmico Nelson Traquina. Há contribuições de outros autores, citados no capítulo dois.

A foto principal configura a segunda categoria de análise. Não menos importante, essa classificação dar-se-á a partir da foto principal da capa da edição paulistana do *Destak*. Entre as imagens que compõem a primeira página do jornal, a foto principal é, em geral, a maior, com o assunto ou a imagem mais marcante do dia e, como convenção, colocada na parte superior central da página. Todos os elementos de análise listados na primeira categoria valem para a segunda, ou seja, as tipificações supracitadas e os valores-notícia de seleção substantivos servirão de base para o estudo.

As editorias são a terceira categoria determinada. As demarcações segundo as editorias agruparão os dados coletados considerando a divisão do

impresso, ou seja, dividido em onze seções. Nem sempre a edição analisada traz todas as editorias, mas serão apresentados abaixo todos os cadernos existentes no periódico, independentemente de aparecer em todos os dias da amostra ou não. A editoria São Paulo representa a faceta local do jornal, já que o objeto de estudo é distribuído apenas na capital paulista. A seção Brasil traz as notícias de âmbito nacional, inclusive de política e acontecimentos que marcaram o país. A editoria Mundo apresenta notícias internacionais. O caderno Seu Valor é a parte de economia do *Destak*. A seção Turismo é o setor do jornal sobre dicas e informações sobre viagens. A editoria Diversão & Arte traz as principais notícias sobre televisão e celebridades. O caderno Esportes é, obviamente, a parte esportiva do impresso. O Guia da Semana é o caderno de serviços do jornal. A seção Carros traz o material noticioso sobre o mercado e novidades da indústria automobilística. A editoria Saúde trata dos principais assuntos relacionados a saúde e bem estar. E, por fim, a seção Tecno traz as novidades do mundo da tecnologia.

Assim como nos dois primeiros segmentos, a terceira categoria mantém os mesmos elementos de análise: os valores-notícia de seleção substantivos e as tipificações.

Essa categoria, ao contrário das outras duas anteriores, engloba todas as chamadas da capa, indiscriminadamente quanto a divisão em editorias. Dessa forma, manchetes e fotos principais também serão classificadas nesta categoria. Evidentemente, somente as fotos e chamadas que não foram estudadas nas duas primeiras categorias passarão por análise segundo os valores-notícia e as tipificações.

A quarta e última categoria é o agendamento. Seguindo a base da teoria exposta no capítulo anterior, serão procuradas em todas as chamadas da capa em qual das três agendas a notícia se enquadra. Ou seja, tentar-se-á delimitar se cada material noticioso analisado está mais ligado à agenda pública, das políticas governamentais e a midiática (entendida neste âmbito como jornalística). Em cada uma das categorias será relacionada e agrupada em tabelas a quantidade total de ocorrências em relação ao agendamento e o percentual médio de incidência.

Enfim, as inferências perseguidas neste trabalho levam em consideração mais os aspectos qualitativos do que os quantitativos, apesar de não descartá-los. A parte de diagramação do jornal, com elementos próprios deste segmento de estudo, não será foco desta pesquisa. O objetivo central deste estudo é delimitar qual o aspecto predominante das notícias que compõem a capa da versão paulistana do

jornal *Destak*, e não o modelo e as escolhas principais dos diagramadores do impresso.

Feitas as devidas apresentações, passar-se-á à última parte do capítulo: a caracterização do objeto.

### 3.4 O JORNAL DESTAK

A terceira e última parte do capítulo de metodologia traz alguns dos principais traços e dados acerca do objeto de estudo desta pesquisa. Sendo assim, o interesse acadêmico neste trecho é definir, apresentar e revelar dados da edição paulista do jornal gratuito *Destak*, com o objetivo de dar um maior suporte ao leitor e ajudar a audiência a entender sobre o que efetivamente versa este trabalho.

Segundo o discurso presente tanto nas páginas impressas quanto na internet ([www.destakjornal.com.br](http://www.destakjornal.com.br)) ou em publicidades do *Destak* espelhadas por pontos da cidade de São Paulo ou dentro de outras publicações do gênero jornalístico, o objeto de estudo é o primeiro jornal de distribuição gratuita e de grande circulação do país. Um dos principais *slogans* que divulgam o impresso é: *O primeiro grande jornal gratuito do Brasil*. Como se pode observar, o título desta pesquisa leva em consideração justamente essa autodenominação do jornal *Destak*.

O lançamento da primeira edição do *Destak* no Brasil ocorreu em 06 de julho de 2006. A versão paulistana do jornal objeto desta pesquisa, além de ser o primeiro deste formato no país, é a herdeira e representante da versão original, da matriz do impresso: o *Destak* português, com edições na capital Lisboa e na cidade do Porto. Todas os números do jornal espalhadas pelo mundo têm uma característica em comum, que é o foco em relação ao público. Conforme se verifica no material de divulgação do jornal, espalhado, como foi dito anteriormente, em publicidades e páginas do próprio impresso, o *Destak* tem o objetivo de “atender um público exigente e sem tempo a perder, que busca informação concisa, mas completa”. O jornal, no discurso, promete trazer as principais notícias que ocorreram no dia, porém de forma mais resumida, que permite uma leitura mais rápida. A edição que circula em São Paulo do *Destak*, por exemplo, é, segundo os próprios redatores e organizadores do impresso, feito para ser lido na totalidade em trinta minutos.

O fato de ser gratuito não tira a qualidade gráfica do jornal, conforme se pode observar mesmo a partir de uma leitura despreziosa do jornal. É um periódico que explora bastante as cores, fotos e elementos de diagramação.

O jornal *Destak* surgiu depois de firmada uma parceria entre figuras importantes do mercado ligado aos meios de comunicação: o empresário André Jordan, a Cofina, maior grupo de mídia impressa de Portugal, e o Metro News, detentor da versão portuguesa do jornal. A parte majoritária da empresa, segundo uma notícia publica em 28/06/2006, no site de do jornal *O Globo* na internet ([www.oglobo.globo.com/economia/mat/2006/06/28/284462811.asp](http://www.oglobo.globo.com/economia/mat/2006/06/28/284462811.asp)), está nas mãos do empresário luso-brasileiro, com 70% do capital. Na época do lançamento, conforme a notícia acima mencionada, o investimento para dar vida à versão paulistana do impresso foi de cerca de 11,3 milhões de reais.

Devido aos dois primeiros bem-sucedidos anos da versão paulistana do jornal, o *Destak* lançou em 7 de julho de 2008 a sua edição carioca. Ao todo, no Brasil, circulam 230 mil exemplares do impresso por dia útil, sendo 150 mil em São Paulo, foco de atenção deste trabalho, e 80 mil no Rio de Janeiro. Aos sábados, somente em São Paulo é distribuído o jornal, com 90 mil exemplares. No entanto, edições novas são apenas de segunda a sexta-feira. Sábados, domingos e feriados não têm edições novas do *Destak*.

Conforme estimativa elaborada a partir da pesquisa Ibope TGIndex - BrY10w1+w2 - RM São Paulo, ago 2008 a ago 2009 (de segunda a sábado – últimos 3 meses) (sic), o *Destak* conta com um público leitor de aproximadamente 800 mil paulistanos. Nesse universo, 57% são mulheres e o restante, 43%, são homens. Quanto à classe social, a pesquisa apontou que a maioria dos leitores do jornal pertence, em primeiro lugar, à classe A e B (65%), seguido da classe C (34%), e D e E agrupadas (1%). Vinte e cinco por cento dos leitores têm de 25 a 34 anos, compreendendo o maior público por idade. Faixas etárias de 35 a 44 anos tem 21% dos leitores, de 45 a 54 anos tem 18%, de 55 a 64 anos tem 5%, de 12 a 19 anos tem 8% dos leitores e de 20 a 24 anos contam com 18% do público.

Outros aspectos apontados pelo estudo do Ibope ajudam a definir o leitor do *Destak* São Paulo. Oitenta e nove por cento tem celular para uso próprio, 88% tem telefone fixo, 77% tem cartão de crédito, 73% trabalham, 45% estão cursando ou já completaram o ensino superior, 42% pretendem comprar pelo menos um automóvel no período de um ano após a coleta dos dados pela pesquisa, 28% tem ao menos

conhecimento básico do idioma inglês, 25% tem pelo menos conhecimentos básicos de espanhol e 11% tem mestrado, doutorado ou pós-graduação.

Dessa forma, por inferência, deduz-se que o público leitor do *Destak* paulistano, na sua maioria, é composto por pessoas jovens ou de meia-idade, economicamente ativas e que têm hábitos urbanos, bem característicos de metrópoles da dimensão de São Paulo.

O *Destak* São Paulo é distribuído em pontos estratégicos da cidade, como universidades, bancas de jornal, estações de metrô e estacionamentos, totalizando mais de 300 pontos fixos.

Conforme foi exposto em diversas partes deste trabalho, o *Destak* circula de segunda a sábado em São Paulo. É composto por uma base fixa de editorias (em determinadas ocasiões entram cadernos especiais). As editorias fixas são: Brasil, Carros, Diversão & Arte, Esportes, Guia da Semana, Mundo, São Paulo, Tecno, Seu Valor e Turismo. Eventualmente, surgem cadernos especiais como o de vestibular, por exemplo.

Enfim, conforme se pode observar a partir dos dados apresentados, o *Destak* é um jornal que tem como base o jornalismo de notícias (e, portanto, ligado a diversas das características do noticiário), preparado especialmente para um público leitor característico e delimitado (vide o formato e a preferência pela leitura mais dinâmica) e que se adaptou muito bem quanto à divulgação e distribuição às condições de infraestrutura da cidade de São Paulo.

Dentro dessa perspectiva, passemos, então, à análise proposta. Como são as notícias da versão paulistana do jornal *Destak*?

## 4 COMO SÃO AS NOTÍCIAS DO JORNAL *DESTAK* SÃO PAULO?

Quais são as características mais marcantes do material noticioso veiculado nas capas da edição paulistana do jornal *Destak*? Quais os pontos deste material os jornalistas do *Destak* procuram enaltecer? Quais outros são menos requisitados? Responder a essas indagações é justamente a meta da pesquisa aqui proposta. Para tanto, fez-se, num primeiro momento, como aporte teórico, a delimitação do que se entende contemporaneamente sobre o que é e como são produzidas as notícias. Posteriormente, também visando esclarecer o problema de pesquisa levantado, delimitou-se o modelo metodológico no qual este trabalho se enquadra. Neste capítulo, completando a tríade, serão apresentadas todas as inferências realizadas a partir dos dados coletados da análise de todas as 21 capas do *Destak* São Paulo veiculadas no mês de setembro de 2009, relacionando a teoria e o método escolhidos previamente.

O capítulo está dividido em quatro subtítulos, cada um representando uma categoria. São elas: as manchetes, as fotos principais, as editoriais que aparecem nas capas e, por fim, o agendamento. Dentro de cada subdivisão são apresentados os devidos esclarecimentos e delimitações próprios de cada categoria, além, evidentemente, da exposição dos dados coletados e da consequente inferência proposta.

### 4.1 AS MANCHETES

A primeira categoria analisada é manchetes. Segundo definição do dicionário de língua portuguesa Houaiss, as manchetes são “o título principal, de maior destaque, no alto da primeira página de jornal ou revista, alusivo à mais importante dentre as notícias contidas na edição”. Evidentemente, os jornais lançam mão deste recurso e, por isso, quase a totalidade dos impressos noticiosos traz as manchetes em suas páginas. Em todos os jornais também é comum a presença de pequenos textos acompanhando a frase principal. No jargão jornalístico convencionou-se chamar essa resumida redação de linha de apoio. O jornal *Destak* não foge à regra e também coloca uma linha de apoio junto do título principal na maioria das edições da versão paulistana do periódico. Para efeito de

esclarecimento, nesta categoria também serão considerados os textos que acompanham as manchetes. As linhas de apoio, por permitirem uma contextualização da manchete (já que o título em algumas ocasiões oferece poucas pistas do conteúdo da notícia), também figurarão neste capítulo.

Como o tamanho da amostra escolhida é referente ao mês de setembro de 2009, foram selecionadas 21 edições do *Destak* e, portanto, encontradas 21 manchetes. Para esclarecer possíveis dúvidas, a análise aqui proposta leva em consideração os valores-notícia segundo a classificação de Traquina. Como o estudo é realizado somente a partir do material pronto, ou seja, baseado no jornal já finalizado, são utilizados na pesquisa somente os valores-notícia de seleção, sendo que os valores substantivos serão totalmente considerados e os valores contextuais, por outro lado, desconsiderados integralmente (já que não se teve acesso à produção do material noticioso estudado). As tipificações expostas no capítulo 2 também fazem parte da análise. Os valores-notícia de construção também não fazem parte dos parâmetros deste estudo, do mesmo modo que os valores de seleção contextuais.

Se considerarmos que as manchetes são as notícias com mais destaque de uma determinada edição, que os valores-notícia são elementos de noticiabilidade complementares (e não excludentes) e que, quanto mais valores-notícia um acontecimento tiver, mais chances ele tem de se tornar notícia, certamente os títulos mais importantes estão cheios de valores-notícia. O estudo aqui proposto leva em consideração elementos que, analisados conjuntamente, permitirão uma inferência mais precisa. São eles: a quantidade de valores-notícia encontrados, o percentual de cada um dos tipos (em relação ao número total de valores) e a quantidade de tipificações encontradas. A de se dizer que, quanto às tipificações, não foram considerados acontecimentos as manchetes que traziam pesquisas como fonte da notícia, mesmo que o estudo tivesse sido divulgado recentemente. Somente acontecimentos com agentes como pessoas físicas, jurídicas ou outro tipo de instituição foram classificados segundo as tipificações. Divulgação de estudos e pesquisas, portanto, não foram considerados como acontecimentos.

Feitos os devidos esclarecimentos, façamos a apresentação dos dados. Da totalidade da amostra – 21 manchetes e suas respectivas linhas de apoio –, foram verificados 119 valores-notícia, divididos entre todos os valores-notícia de seleção

(morte, notoriedade do ator principal, proximidade, relevância, novidade, o fator tempo – atualidade, os chamados dias marcados e o acontecimento estendido no tempo como notícia, a infração, o inesperado, o conflito e, por fim, a notabilidade – quantidade de agentes envolvidos, o que foge do normal/inversão e as falhas/defeitos/acidentes). As tabelas que mostram detalhadamente por valor-notícia cada um dos números coletados estão presentes no final deste subtítulo (cada segmento do capítulo trará as respectivas tabelas correspondentes). É interessante verificá-las, pois ajudam no entendimento da análise. Pela abundância de dados coletados, durante o corpo deste capítulo, será trazido à tona o que de mais marcante pôde ser extraídos das manchetes estudadas. Sendo assim, vamos aos destaques.

Considerando todas as manchetes, não foram encontrados nenhuma vez os seguintes valores-notícia: morte, infração e o fator tempo na modalidade dias marcados, como o dia das crianças, por exemplo. Não foi localizado nada em termos de notícia que versasse sobre crimes ou mortes. Como se poderá ver a seguir, poucos acontecimentos envolvendo pessoas ou instituições foram encontrados. Há muita manchete que traz pesquisas como fonte de informação, o que contribui para o pequeno aparecimento de valores como morte e infração nas manchetes do jornal *Destak* paulistano. Para efeito ilustrativo, das 21 capas e manchetes, dez tratavam de pesquisas divulgadas ou de estudos realizados, totalizando quase 48% das chamadas. Por exemplo, a manchete “STJ 'tabela' dano moral: nome errado no Serasa dá R\$ 10 mil”, apesar de não ser uma pesquisa clássica, traz a informação de um material produzido pelo tribunal que dá auxílio a juízes na classificação e delimitação de penas. É uma notícia fria, pois não era um acontecimento novo. Não tinha nada de recente, mas um dado verificado pelos jornalistas neste modelo criado pelo tribunal chamou a atenção por outros motivos/valores, o que levou esse acontecimento a virar manchete. Devido a essas constatações, esse tipo de chamada não foi considerado acontecimento para a classificação segundo as tipificações (é tratado como pesquisas ou estudos).

Outros valores-notícia que aparecem em menos de 20% das páginas são: o fator tempo na modalidade de acontecimentos estendidos no tempo como notícia, aparecendo quatro vezes, em 19,05% das capas; o conflito, visto uma vez, em 4,76% das páginas (com a manchete sobre a taxação da poupança); o fator notabilidade na modalidade falhas e defeitos, que foi localizado uma vez, também com presença em 4,76% das capas (a deficiência das instituições escolares

retratada na edição do dia primeiro de setembro foi relacionada neste quesito); e, por fim, o fator notabilidade na modalidade inversão (o que se distancia do normal), verificado três vezes, em 14,29% das páginas.

Muito do que se pode perceber na primeira página do *Destak* leva em consideração pontos como a proximidade, a atualidade (fator tempo), a relevância, a novidade, o inesperado e a quantidade de agentes envolvidos. Na totalidade das chamadas foram encontrados os valores-notícia de proximidade (tanto geográfica quanto cultural, como no caso da chamada sobre a Aids) e o da quantidade de agentes envolvidos. Foram considerados agentes envolvidos todas as pessoas que se relacionam direta ou indiretamente com a medida noticiada. Então, chamadas que tratam da coletividade dos idosos paulistas, da taxa cobrada pelo prefeito de São Paulo, da aprovação do divórcio pela internet no Senado, das obras em uma via expressa da capital paulista, da construção de ciclovias, da seleção brasileira de futebol etc, por se referirem e interferirem na vida de milhares de pessoas, foram consideradas como envolvendo grande quantidade de agentes.

A atualidade, figurando em 90,48% das páginas, a relevância, aparecendo em 80,95%, a novidade, presente em 61,90% das capas, puderam ser vistas na maioria das manchetes analisadas, mostrando a importância dada pelo jornal a esses valores-notícia. Em quase 50% das manchetes também foram encontrados os valores-notícia notoriedade do ator principal, com nove aparições (42,86% das páginas), e o inesperado, presente dez vezes na amostra, em 47,62% das capas. Deste modo, o alto percentual de importantes atores principais nas chamadas evidencia a grande presença de figuras políticas e oficiais nas páginas do *Destak*, com pelo menos oito casos presentes, entre eles o prefeito Gilberto Kassab, o Mec, o Senado, a promotoria, a polícia e o governo federal (em duas ocasiões). A seleção brasileira de futebol, apesar de não fazer parte do círculo da política, também é um ator que, pela notoriedade, sempre é notícia. É interessante dizer e ressaltar que a manchete que traz a seleção brasileira de futebol é a única que é também tema da foto principal da edição. Sem dúvida, foi a notícia julgada pelos organizadores do jornal como sendo a mais importante daquele dia.

Foram verificados pelo menos cinco acontecimentos típicos, classificados conforme as seguintes tipificações: mega-acontecimento, a tríade acontecimento localizado, acontecimento em continuação, acontecimento em desenvolvimento (dentro deste grupo só pode ser um deles) e acontecimento midiático, de escândalo

ou de acidentes (também só pode ser um deles). Os acontecimentos de rotina são aqueles que não são mega-acontecimentos e, portanto, configuram todos os demais não citados a seguir como mega-acontecimentos. O único mega-acontecimento e acontecimento midiático verificado nas 21 manchetes foi a vitória da seleção brasileira sobre a Argentina. Este também é uma chamada de acontecimento em continuação, pois é pré-planejado e rende notícias durante dias antes e depois dos jogos. Além deste, outros três acontecimentos foram enquadrados na classificação de evento de continuação: a proposta de taxaçaõ da poupança, a votação sobre o divórcio no Senado e a entrega da ciclovia em São Paulo confirmada naquela semana, depois de ter sido anunciada anteriormente. Não foi localizado nenhum acontecimento de escândalo ou de acidente.

O único evento em desenvolvimento e, portanto, súbito e que rende outras notícias com o passar do tempo é o da promotoria pedindo o fim das obras na marginal Tietê, em São Paulo. É um acontecimento que surgiu repentinamente, em reação ao transbordamento do rio ocorrido três dias antes (que foi notícia, mas não na capa).

Não foi localizado nenhum acontecimento do tipo localizado nas manchetes da amostra.

Antes de versar sobre as manchetes, há de se fazer um pequeno esclarecimento. É de se salientar que a determinação e separação das notícias da amostra segundo os valores-notícia ou tipificações passou pela avaliação de uma pessoa cujos valores morais, cívicos e o contexto social, econômico e educacional influenciaram no processo (da mesma forma que ocorre com os jornalistas no momento da produção do noticiário). Ou seja, as tabelas e dados levantados indicam uma tendência, não sendo de maneira nenhuma impossível de serem revistos ou debatidos mais adiante. Por questão de informação, todas as capas da amostra selecionada estão presentes em anexo.

O material levantado na pesquisa mostra que as manchetes do jornal *Destak* não trazem rotineiramente os principais acontecimentos do dia. Esses eventos, conforme poderemos verificar no decorrer deste trabalho, são tratados na maioria das vezes em outras partes do jornal, como a foto principal ou a periferia das páginas, por exemplo. A quantidade de pesquisas ou estudos e seus respectivos resultados (e possíveis consequências) trazidos em notícias como manchete é expressivo (quase 50%) e, por isso, contribui para as chamadas

principais do jornal serem menos factuais e mais, digamos, especulativas. Percentuais indicando a opinião do público sobre determinado evento trazem o leitor para a discussão de um determinado assunto. O jornal levanta então questões como a verba do lixo na cidade de São Paulo, o imposto sobre a poupança, a lei seca, a espera em pontos de ônibus etc, temas que tratam de eventos que afetam ou afetarão a população no futuro. Justamente pelo perfil do público leitor, dotado de uma escolaridade média razoavelmente elevada e de um poder aquisitivo de médio para grande, já que o leitor é predominantemente economicamente ativo e pertencente das classes A, B, e C, o jornal trata com discrição eventos de violência, crimes e mortes. É mais valorizado assuntos mais afeitos da classe média ou média para alta, como a limpeza da cidade, a qualidade do ensino superior, o divórcio pela internet, o rodízio de carros no trânsito, a qualidade do transporte público, a ampliação de uma via expressa, a lei seca, o atendimento das delegacias, o perfil dos idosos da cidade. É, portanto, na parte de manchetes, um jornalismo ligado menos ao factual e mais, ao ponto da opinião pública, da discussão de números e dos serviços de informação (com notícias sobre o pedágio cobrado no futuro, a inspeção veicular obrigatória, o funcionamento das delegacias, o divórcio pela internet etc). Somente quatro manchetes traziam acontecimentos do dia anterior (o da seleção brasileira, do divórcio, a reação da promotoria sobre a obra na marginal Tietê e a da decisão do prefeito Gilberto Kassab sobre o imposto do lixo). O restante das manchetes era de serviço, de informativos sobre eventos futuros ou resultados de pesquisas e estudos.

O fato de valorizar valores-notícia como a proximidade, relevância, novidade e quantidade de envolvidos (direta ou indiretamente) mostra o caráter local do jornal. Essa questão poderá ser evidenciada na análise sobre a categoria editoriais. A notoriedade do ator principal é também bastante explorada. Nesta categoria sobre manchetes, há o predomínio de figuras ou instituições do meio político em relação a outras figuras com interesses privados.

Enfim, as manchetes do jornal *Destak* não têm o caráter de mostrar o evento mais importante do dia. Elas, na verdade, estão mais ligadas à apresentação de informativos envolvendo eventos futuros ou resultados de estudos e pesquisas de órgãos competentes. A seguir as tabelas da categoria manchetes.

Classificação por valores-notícia – manchetes			
		número de ocorrências	% / total de valores-notícia
	Morte	0	0,00
	Notoriedade do ator principal	9	7,56
	Proximidade	21	17,65
	Relevância	17	14,29
	Novidade	13	10,92
	Infração	0	0,00
	Inesperado	10	8,40
	Conflito	1	0,84
Notabilidade			0,00
	Quantidade de envolvidos	21	17,65
	Inversão/Anormal	3	2,52
	Falhas/Defeitos/Acidentes	1	0,84
Fator Tempo			0,00
	Atualidade	19	15,97
	Os dias noticiosos	0	0,00
	estendido no tempo	4	3,36
	<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

Tabela 1

Classificação por tipificações – manchetes		
	nº de ocorrências	%/número de manchetes
mega-acontecimento	1	4,76
localizado	0	0,00
em continuação	3	14,29
em desenvolvimento	1	4,76
midiático	1	4,76
de acidentes	0	0,00
de escândalo	0	0,00
<b>Não-acontecimentos</b>	<b>16</b>	<b>76,19</b>
<b>Acontecimentos típicos</b>	<b>5</b>	<b>23,81</b>
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

Tabela 2

## 4.2 AS FOTOS PRINCIPAIS

As fotos principais, conforme se pode supor, são as imagens veiculadas na capa que tem maior destaque, seja pelo conteúdo da notícia seja pelo impacto causado. Conforme foi exposto na categoria anterior, o que interessa ao trabalho aqui proposto são os valores-notícia substantivos de seleção segundo a classificação do acadêmico Nelson Traquina. Todas as observações quanto à não

utilização dos valores-notícia de seleção contextuais feitas na categoria sobre manchetes são válidas nesta seção. As tipificações expostas no capítulo 2 (de mega-acontecimento, a tríade acontecimento em continuação, em desenvolvimento ou localizado, e a outra tríade de acontecimento midiático, de escândalo e de acidentes) também fazem parte da análise. Os valores-notícia de construção, assim como em todas as outras categorias desta pesquisa, não fazem parte do estudo proposto, pelos motivos já explicados na categoria anterior, de manchetes.

Em relação às manchetes, a linha de apoio é que possibilita contextualizar melhor a frase principal. Na foto, o elemento que tem essa mesma função é a legenda, já que neste pequeno texto normalmente há a descrição do evento retratado na imagem. Sendo assim, da mesma maneira que consideramos a linha de apoio na análise da categoria manchetes, consideraremos a legenda da foto como parte do estudo desta categoria.

Como regra instituída, existe uma foto principal para cada capa veiculada. Sendo assim, da amostra proposta, de 21 edições do mês de setembro de 2009, foram localizadas 21 imagens para análise. Conforme foi dito anteriormente, todos os elementos válidos para a realização da análise na seção sobre manchetes valem para essa categoria. Desse modo, os números coletados da amostragem levam em consideração a quantidade de valores-notícia observados, o número de cada tipo de valor-notícia encontrado e o percentual de cada um desses tipos. Como adicional desta categoria, por se tratar de foto, são considerados no estudo também a origem da imagem. As imagens, desse modo, foram separadas em: oriundas de agências de notícias nacionais, internacionais, imagens de colaboradores (leitores ou artistas), imagens de reprodução (ou divulgação) e fotos do próprio do jornal *Destak*. Vamos aos principais elementos apurados.

O número de valores-notícia verificados a partir da análise é semelhante ao apurado na categoria anterior. Nas fotos principais, foram observados 123 valores-notícia, separados entre os dez tipos considerados (mais as subdivisões dos valores fator tempo e notabilidade). Todos os valores-notícia considerados no estudo foram encontrados nas imagens estudadas, ou seja, pelo menos uma vez cada um dos elementos de noticiabilidade foi achado na amostra analisada. Os valores que menos apareceram nas páginas foram: notabilidade na modalidade defeitos/acidentes, em duas fotos (9,52% das capas), conflito, também em duas imagens (9,52% das páginas), infração, presente em apenas uma foto (4,76%), e o

fator tempo na modalidade dias marcados, achado duas vezes (9,52%). A morte como valor-notícia, que não havia sido observado na categoria anterior, aparece em quatro imagens, em quase 20% das páginas (por exemplo, na foto sobre uma explosão na região do ABC paulista). Em relação às manchetes, que ao lado das fotos principais normalmente trazem a notícia de maior destaque de uma determinada edição, as imagens principais estão ligadas mais aos acontecimentos, ou seja, ao factual. Como se pode observar, elas trazem mais eventos reais, por assim dizer, enquanto as manchetes tratam com mais ênfase de números e resultados percentuais de pesquisas.

O inesperado é outro valor-notícia que aparece com pouca frequência, presente em três fotos, em 14,29% das páginas (por exemplo, na imagem da vitória do piloto de automóvel Rubens Barrichello e do tenista Del Potro, e a foto do helicóptero que foi superado no tempo de viagem por uma bicicleta). A notoriedade do ator principal, nesta categoria, não é muito verificada. Foi encontrado esse valor-notícia em sete fotos, um terço da amostra. É interessante notar para efeito de melhor delimitar o perfil de nosso objeto de estudo, que, dessas sete fotos principais, apenas duas imagens tinham figuras representantes de órgãos oficiais ou cargos públicos e políticos (como o encontro de Lula e Sarkozy). Cinco outras fotos traziam “personagens” que representam o privado, por assim dizer, sendo artistas, esportistas etc. Na categoria seguinte, que trata da separação das notícias analisadas por editorias, poderá explicar melhor os números de cada uma das tabelas apresentadas neste trabalho, já que, dependendo do assunto tratado, mais chances determinados valores-notícia tem de aparecer. Por exemplo, em publicações que predominam fotos ou notícias que trazem artistas como personagens/atores, é natural que o valor-notícia notoriedade do ator principal vai aparecer em maior número, talvez sendo até mesmo predominante.

Os elementos de noticiabilidade fator tempo na modalidade acontecimentos estendidos no tempo como notícia e novidade apareceram em aproximadamente metade das páginas. A novidade foi vista em 12 fotos (57,14% das páginas) e o fator tempo na modalidade acontecimento estendido no tempo como notícia, em 10 imagens (47,62% das capas). A foto representando os atentados de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, foi enquadrada, por exemplo, como novidade. A imagem mostrando lixo nas ruas e o conflito na favela de Heliópolis são exemplos de fotos que traziam o elemento tempo na modalidade acontecimento estendido no tempo como notícia.

O valor-notícia notabilidade na modalidade inversão/anormal apareceu em sete fotos, totalizando também um terço da amostra. Exemplos desse tipo de elemento de noticiabilidade são as fotos sobre o calor excessivo e sobre a forte chuva na cidade de São Paulo.

Os valores-notícia que mais foram verificados são: proximidade, em 19 ocasiões (90,48%), relevância, em 20 fotos (95,24%), fator tempo na modalidade atualidade, visto em 20 imagens (95,24%), e notabilidade na modalidade quantidade de pessoas envolvidas (direta ou indiretamente), verificada em 14 imagens, totalizando 66,67% das capas.

É interessante dizer para efeito de esclarecimento que a análise das fotos desconsidera neste momento as outras notícias que compõem a amostra. Porém, foi verificado ao longo de toda a pesquisa que o mesmo acontecimento foi tratado em mais de uma edição, seja em fotos principais, manchetes, fotos ou chamadas secundárias. Notícias sobre a taxa do lixo ou o escândalo envolvendo o piloto brasileiro Nelsinho Piquet, por exemplo, são bons exemplos desta observação.

Quanto às tipificações pode-se dizer que, em relação às manchetes, as fotos principais trazem mais acontecimentos típicos, por assim dizer. Foram verificados 17 eventos deste tipo, representando 80,95% das imagens, sendo cinco acontecimentos localizados, oito em continuação e quatro em desenvolvimento. Entre os acontecimentos localizados (súbitos, não planejados e noticiados rapidamente) estão o acidente no ABC paulista, a chuva e o calor excessivos. Como exemplo de evento em continuação (que é planejado, intencional e se mantém como notícia por um determinado tempo) temos as fotos sobre os eventos esportivos, o encontro de Lula e Sarkozy, por exemplo. Fotos sobre os atentados de 11 de setembro de 2001 e sobre os conflitos na favela de Heliópolis são bons exemplos de imagens de acontecimentos em desenvolvimento (súbitos e não planejados, mas que se mantêm noticiável por um período). Lembrando que essa definição de acontecimentos localizados, em continuação e em desenvolvimento não exclui a possibilidade que um evento enquadrado nestes parâmetros seja também definido como um acontecimento midiático. São delimitações para um mesmo elemento, no caso os acontecimentos, mas separados de diferentes formas, conforme classificação de diferentes teóricos (vide o capítulo 2). Foram sete os eventos midiáticos, três de acidentes e nenhum de escândalo. Entre exemplos clássicos de evento midiático temos o encontro dos chefes de Estado Lula e

Sarkozy e os eventos esportivos. O acidente decorrente da chuva e a batida de automóvel no ABC paulista são exemplos dos acidentes.

Quanto à outra classificação que envolve mega-acontecimentos e acontecimentos de rotina temos assim a divisão: apenas quatro fotos trazem mega-acontecimentos (o restante são acontecimentos de rotina). Os mega-acontecimentos são: o encontro dos presidentes de Brasil e França, a seleção brasileira, a virada esportiva, e o evento do governo federal dobre o chamado Pré-Sal. As fotos não classificadas como acontecimentos tratam de situações cotidianas, fotos artísticas. São imagens que não foram eventos, digamos, reais: são de caráter ilustrativo.

Quanto às origens da foto, segundo a divisão apresentada no início desta categoria, temos: das 21 fotos analisadas, oito são de fotógrafos do próprio jornal *Destak* (38,10%), sete são de agências de notícias nacionais (33,33%), três de agências de notícia internacionais, com 14,29% das fotos (sendo todas da agência *Associated Press*), duas fotos (9,52%) de reprodução de internet ou divulgação e uma imagem de colaborador, leitor ou artista, presente em 4,76% das páginas.

Como pudemos observar, as fotos principais seguem uma linha semelhante às manchetes quanto às divisões dos valores-notícia. Uma diferença fundamental é que todos os valores foram encontrados pelo menos em uma edição. É nítido também o fato de o jornal tratar os principais eventos do dia na foto, e não na manchete (diretamente relacionado à mais equilibrada divisão dos valores-notícia observado na amostra). A imagem é mais marcante e importante que o texto da manchete, na maioria das vezes. A pouca incidência de mortes, infrações e acidentes demonstra o que o jornal tenta valorizar, tudo isso considerando o público, que é majoritariamente das classes C, B e A, conforme apresentado no capítulo 3. Normalmente jornais mais populares se caracterizam justamente por explorar eventos envolvendo morte, acidentes, enfim, acontecimentos tratados de forma mais sensacionalista. O jornal objeto deste estudo foge a esse modelo de jornal. O *Destak* privilegia eventos envolvendo figuras ou assuntos políticos ou de entretenimento, clima, trânsito e, em menor grau, acidentes, acontecimentos bizarros, estranhos e chocantes (sendo que esses três últimos em frequência muito menor, quando verificados – nenhum acontecimento da amostra se enquadra nestas últimas três delimitações).

O fato também de quase 40% das fotos serem de fotógrafos do próprio jornal *Destak* indica o caráter local do impresso, reforçado pelo fato de que outras sete imagens (um terço da amostra) são de agências nacionais, muitas vezes trazendo imagens de eventos ocorridos na própria capital paulista ou redondezas. Uma foto é de um artista, mas também traz a imagem da cidade de São Paulo. As fotos principais, desse modo, são os mais importantes elementos da capa do nosso objeto de estudo, trazendo os eventos e figuras que mais receberam ênfase naquela data. A seguir estão listadas as tabelas da categoria fotos principais.

<b>Classificação por valores-notícia – fotos principais</b>			
		nº de ocorrências	% / total de valores-notícia
	Morte	4	3,25
	Notoriedade do ator principal	7	5,69
	Proximidade	19	15,45
	Relevância	20	16,26
	Novidade	12	9,76
	Infração	1	0,81
	Inesperado	3	2,44
	Conflito	2	1,63
Notabilidade			0,00
	Quantidade de envolvidos	14	11,38
	Inversão/Anormal	7	5,69
	Falhas/Defeitos/Acidentes	2	1,63
Fator Tempo			0,00
	Atualidade	20	16,26
	Os dias noticiosos	2	1,63
	estendido no tempo	10	8,13
	<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100</b>

**Tabela 3**

<b>Classificação por origem – fotos principais</b>		
	número de ocorrências	% / número de páginas
Agencia internacional	3	14,29
Agência Nacional	7	33,33
Foto <i>Destak</i>	8	38,10
Reprodução/divulgação	2	9,52
Colaboradores/leitores/Artistas	1	4,76
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Tabela 4**

Classificação por tipificação – fotos principais		
	número de ocorrências	% / número de fotos principais
Mega-acontecimento	4	19,04
localizado	5	23,81
em continuação	8	38,09
em desenvolvimento	4	19,04
midiático	7	33,33
de acidentes	3	14,28
de escândalo	0	0
Acontecimentos típicos	17	80,95
<b>Total de fotos</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**Tabela 5**

### 4.3 AS EDITORIAS

As páginas de um jornal são divididas em seções nas quais o material construído pelos jornalistas diariamente é agrupado em torno de um tema, de um assunto em comum. Cada uma dessas subdivisões é denominada no universo jornalístico de editoria.

A edição paulistana do jornal *Destak*, objeto de estudo desta pesquisa, também é segmentada em editorias. São onze as seções: Brasil, Carros, Diversão & Arte, Esportes, Mundo, São Paulo, Seu Valor, Guia da Semana, Turismo, Saúde e Tecno. Nesta parte da análise, o foco central dos trabalhos está em separar todo o material jornalístico encontrado na análise em editorias. Sendo assim, tanto notícias quanto fotos foram classificadas e divididas por assunto, sempre seguindo a mesma divisão apresentada nas páginas do jornal *Destak* (as notícias de economia, por exemplo, estão na seção Seu Valor). Ao contrário das duas primeiras categorias, que trazia somente a análise das fotos principais e das manchetes, todo o material jornalístico veiculado nas capas da amostra será estudado. Dividiremos todas as notícias e fotos em seções, mas classificaremos segundo os valores-notícia e as tipificações somente as chamadas e fotos secundárias (que ainda não foram analisadas). Todos os apontamentos feitos e procedimentos adotados nas duas primeiras categorias são válidos neste estágio da análise.

Da mesma forma que a categoria anterior, que tratava de fotos, a terceira subdivisão deste capítulo fará a separação das imagens secundárias levando em consideração a origem (de agência de notícias internacionais, nacionais, próprias do jornal *Destak*, de colaboradores/leitores/artistas e, por fim, de reprodução de internet e divulgação). Evidentemente, por se tratar de um universo de análise bem maior que as duas primeiras seções, não serão colocados exemplos de notícias e fotos presentes conforme a divisão da amostra nesta categoria. Vamos, então, aos dados coletados.

Da totalidade da amostra, 21 capas, foram verificados 223 materiais jornalísticos (fotos e notícias), em média, de dez a onze elementos por página. Neste universo, 74 unidades correspondem a fotos secundárias.

Iniciaremos primeiramente com a divisão por editorias. As únicas seções que não tiveram nenhuma notícia ou foto encontrada na amostra foram Guia da Semana e Carros (em uma das capas aparece uma fotografia de um automóvel, mas o jornal classificou o elemento com sendo da editoria Brasil). Outras três editorias tiveram uma participação de menos de 1% da totalidade dos elementos apurados. Foram elas: Turismo, com duas notícias, Tecno, com uma foto, e Saúde, com uma chamada.

Editorias que foram encontradas em até 10% da totalidade dos elementos foram Seu valor, em 14 casos (6,28% de fotos e notícias), Mundo, em 20 casos (8,91% do total de elementos).

As seções mais abordadas nas capas do jornal *Destak* foram, em ordem crescente: Esportes, com 27 ocorrências (12,11%), Brasil, com 40 casos (17,94%), Diversão & Arte, com 57 elementos (25,56% do total), e São Paulo, a mais freqüente, com 61 casos, somando 27,35% da totalidade de elementos.

Quanto à divisão somente nas manchetes e fotos principais foi verificado que há o predomínio da editoria São Paulo, com 23 casos (54,76% do total). A editoria Brasil, com onze ocorrências (26,19%) vem em segundo lugar, seguido de Esportes, com quatro fotos (9,52%), Diversão & Arte e Mundo, cada uma com duas imagens (4,76%). O restante das editorias não teve fotos principais.

A importância dada pelo jornal a uma determinada editoria pode ser também extraído do estudo da totalidade das fotos. As seções Turismo, Guia da Semana, e Carros não tinham nenhuma imagem na capa. As editorias Brasil (com um caso), Tecno (uma ocorrência), Seu Valor (também com uma imagem), São

Paulo (cinco casos) e Mundo (cinco ocorrência) não somaram individualmente mais que 5% dos elementos apurados. Sendo assim, somadas, somente as editorias Esportes, com 16 casos, e Diversão & Arte, com 45 ocorrências, contam com 82,43% das imagens da amostra. É interessante notar que a seção Esportes, apesar de aparecer em pouco mais de 12% dos elementos analisados, é composta quase 59,25% de imagens, o que reforça a importância da editoria. Quanto à origem das fotos secundárias temos o seguinte: 59,46%, em 44 casos, de reprodução de internet ou divulgação; 27,03% das imagens, em 20 fotos, sendo oriunda de agências internacionais, 9,46% (sete fotos) das imagens de agências de notícia nacionais, duas fotos de fotógrafos do próprio jornal *Destak* (2,704%) e uma foto de artista (1,35%). A distribuição quanto à origem reforça o dado do predomínio de imagens da seção de Diversão & Arte, com uma infinidade de artistas retratados nas fotos.

Um aspecto curioso a se destacar é que a editoria Diversão & Arte, apesar de quase não figurar na foto principal ou Manchete, está sempre presente na parte superior das capas analisadas com pelo menos um elemento, muitas vezes imagens.

Da divisão por editorias fica claro o caráter local do jornal *Destak*. As notícias mais importantes, retratadas na foto principal e manchetes, há o predomínio das editorias São Paulo e Brasil. A seção Esportes, apesar de não estar presente em muitos casos, é quase sempre destaque quando aparece. A editoria Diversão & Arte não é quase retratada nas chamadas e imagens principais, mas, por outro lado, aparece em todas as edições do jornal, com quase a mesma quantidade dos elementos da editoria São Paulo e, a seu favor, mais de 60% das imagens apuradas na amostra. O restante das editorias compõe o jornal (com fatos que merecem tratamento especial eventual), mas as quatro seções acima citadas dominam as capas do *Destak*. É, portanto, uma publicação local, que valoriza esses aspectos de proximidade e, também de acordo com o gosto do público, que investe bastante em material sobre esporte, entretenimento (principalmente do mundo televisivo e da música popular).

Feitos os devidos apontamentos sobre as editorias passaremos aos valores-notícia e às tipificações dos acontecimentos estudados. Ao todo, nas 21 capas analisadas, foram encontrados 902 valores-notícia. O elemento de noticiabilidade não encontrado na amostra desta categoria, composta por chamadas

e fotos secundárias, foi o fator tempo na modalidade dias marcados. Como a maioria do material veiculado na capa é composta por acontecimentos de maior importância em um determinado dia, independentemente do assunto, é mais natural um equilíbrio maior entre a quantidade de cada valor-notícia. Os elementos de noticiabilidade mais marcantes na amostra foram o fator tempo na modalidade atualidade, com 170 casos (18,85% do total de valores-notícia), a proximidade, com 135 ocorrências (14,97% dos valores-notícia), a relevância, em 119 casos (13,19% da totalidade dos elementos de noticiabilidade apurados), a notabilidade na modalidade quantidade de pessoas envolvidas, em 114 notícias e fotos, (12,64%) e a notoriedade do ator principal, com 102 ocorrências (11,31%).

Em contrapartida, os valores que menos foram encontrados são: notabilidade na modalidade falha, defeito ou acidente (0,78%), morte (0,99% do total), Infração (também 0,99%), notabilidade na modalidade anormalidade/inversão (2,55%), conflito (3,10%) e inesperado (4,21%).

Com aparições moderadas, entre 5 e 10% de todas as ocorrências de valor, podemos citar a novidade, em 84 casos (9,31%) e o fator tempo na modalidade acontecimentos estendido no tempo como notícia, com 64 ocorrências (7,10%). Quanto às tipificações temos: dos 181 notícias e fotos secundárias analisadas 86 são acontecimentos do tipo localizado, 27 de eventos em continuação e 29 de acontecimento em desenvolvimento. Outras 16 chamadas tratavam de pesquisas e estudos. Em 23 casos, não foram verificados acontecimentos, mas tratavam de notícias indicando eventos futuros, como uma inauguração marcada para o mês seguinte, por exemplo. Quinze fotos e chamadas eram de eventos midiáticos (eventos esportivos, de premiação, por exemplo), quatro de escândalo (caso Nelsinho Piquet). Grande parte dos acontecimentos, como se pode observar a partir dos dados coletados da amostra, está ou na foto principal ou nas notícias periféricas.

Seguindo uma mesma lógica das outras duas categorias já apresentadas, podemos inferir que o jornal é bastante ligado ao fator local, da proximidade, o que facilita para tornar determinados acontecimentos relevantes em relação à informação. A importância do ator principal é valorizada pelos editores do jornal *Destak*, com predomínio grande de figuras relacionadas ao mundo dos interesses privados, achados em 70 das 102 ocorrências deste valor-notícia (é 68,62% dos casos deste elemento de noticiabilidade), o que explica o grande

número de notícias e fotos relacionadas à editoria Diversão & Arte. Em uma cidade do tamanho da capital paulista é também importante trazer nos jornais notícias que falam e envolvem muitas pessoas. O jornal *Destak* também faz isso com bastante frequência. Por outro lado, a pouca ocorrência de acontecimentos envolvendo crimes, morte e infrações evidencia o perfil do jornal, que, assim como ele mesmo se auto-define, é voltado para um público mais escolarizado e dotado de um poder aquisitivo de mediano para grande.

A seguir as tabelas da categoria editorias.

<b>Classificação por editorias – fotos e notícias</b>		
	nº de ocorrências	% / total de notícias e fotos
Brasil	40	17,94
Carros	0	0,00
Diversão & Arte	57	25,56
Esporte	27	12,11
Mundo	20	8,97
São Paulo	61	27,35
Seu Valor	14	6,28
Guia da Semana	0	0,00
Turismo	2	0,90
Saúde	1	0,45
Tecno	1	0,45
<b>total</b>	<b>223</b>	<b>100</b>

**Tabela 6**

<b>Classificação por editorias – fotos secundárias</b>		
	número de ocorrências	% / total de fotos secundárias
Brasil	1	1,35
Carros	0	0,00
Diversão & Arte	45	60,81
Esporte	16	21,62
Mundo	5	6,76
São Paulo	5	6,76
Seu Valor	1	1,35
Guia da Semana	0	0,00
Turismo	0	0,00
Saúde	0	0,00
Tecno	1	1,35
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100</b>

**Tabela 7**

Classificação por origem – fotos secundárias		
	nº de ocorrências	% / número de páginas
Agencia internacional	20	27,03
Agência Nacional	7	9,46
Foto <i>Destak</i>	2	2,70
Reprodução/divulgação	44	59,46
Colaboradores/leitores/Artistas	1	1,35
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>100,00</b>

Tabela 8

Classificação por tipificações – fotos e chamadas secundárias		
	nº de ocorrências	% / número de notícias secundárias
mega-acontecimento	0	0,00
localizado	86	47,51
em continuação	27	14,92
em desenvolvimento	29	16,02
mediático	15	8,29
de acidentes	4	2,21
de escândalo	4	2,21
Acontecimentos típicos	142	78,45
Pesquisas	16	8,84
acontecimentos futuros	23	12,71
número de notícias (exceto destaques)	181	100

Tabela 9

Classificação por valores-notícia – fotos e chamadas secundárias			
		número de ocorrências	% / total de valores-notícia
	Morte	9	1,00
	Notoriedade do ator principal	102	11,31
	Proximidade	135	14,97
	Relevância	119	13,19
	Novidade	84	9,31
	Infração	9	1,00
	Inesperado	38	4,21
	Conflito	28	3,10
Notabilidade			0,00
	Quantidade de envolvidos	114	12,64
	Inversão/Anormal	23	2,55
	Falhas/Defeitos/Acidentes	7	0,78
Fator Tempo			0,00
	Atualidade	170	18,85
	Os dias noticiosos	0	0,00
	estendido no tempo	64	7,10
	<b>Total</b>	<b>902</b>	<b>100</b>

Tabela 10

Classificação por editorias – fotos principais e manchetes		
	número de ocorrências	% / total de fotos e manchetes
Brasil	11	26,19
Carros	0	0,00
Diversão & Arte	2	4,76
Esporte	4	9,52
Mundo	2	4,76
São Paulo	23	54,76
Seu Valor	0	0,00
Guia da Semana	0	0,00
Turismo	0	0,00
Saúde	0	0,00
Tecno	0	0,00
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

Tabela 11

Notoriedade do ator principal	
público/político	privado/pessoal
32	70
<b>Total</b>	<b>102</b>

Tabela 12

#### 4.4 O AGENDAMENTO

A noção de agendamento nos estudos sobre comunicação de massa (envolvendo inclusive a atividade jornalística), conforme exposto no capítulo 2 deste trabalho, está relacionado a uma certa capacidade de interferência da mídia, através da produção e publicação de material, nos assuntos que o público aborda nas conversas do dia-a-dia. Para melhor entender o conceito, vejamos uma frase que sintetiza a teoria: os meios de comunicação de massa não só determinam o que pensar, mas também como pensar. De acordo McCombs e Shaw, os chamados *mass media* tem a capacidade de projetar assuntos na opinião pública (evidentemente com intensidade variável de um ambiente para outro).

A última categoria de análise desta pesquisa leva em consideração essa noção de agendamento. Evidentemente, como lidamos apenas com o material finalizado, ou seja, o jornal na condição exatamente como chega às mãos do leitor, não é possível abordar e tentar verificar a noção de agendamento na totalidade (não foram realizadas pesquisas junto ao público, por exemplo). O que é possível e

será feito a seguir trata de dividir as notícias que compõem a amostra, de 223 notícias e fotos, nas três agendas formadoras da teoria: a agenda midiática (jornalística), a agenda pública e a agenda das políticas governamentais. A classificação deste material segue a seguinte lógica: as notícias encontradas na amostra foram separadas dependendo de quem era o promotor do evento a ser noticiado. Se o presidente da república, por exemplo, foi quem deu projeção ao acontecimento a ponto de ter sido tratado como notícia, então o elemento analisado foi colocado como componente da agenda das políticas governamentais. Material envolvendo promoção de eventos, estreias e ou qualquer outro acontecimento no qual o jornalista encontrou um ponto suficientemente interessante para dar ao evento a condição de notícia, então o elemento foi classificado como sendo da agenda midiática. E, se foi o público (sociedade) quem de alguma forma pressionou os redatores do jornal a tratar como relevante o material noticioso, então a notícia foi classificada da agenda pública. Serão expostos dados de acordo com a totalidade da amostra e também somente em relação aos destaques, que são a manchete e a foto principal. Vejamos os dados apurados.

Da totalidade da amostra, ou seja, 223 notícias e fotos, foi verificada a predominância de acontecimentos ligados à agenda jornalística, com 167 ocorrências (74,84% do total). Esse dado evidencia a grande quantidade de material envolvendo as editorias Diversão e Arte, Esportes e parte das editorias São Paulo e Brasil, conforme pudemos averiguar anteriormente. A agenda que menos aparece nas capas analisadas é a agenda pública, em apenas 17 casos ou 7,62% do total. A agenda das políticas governamentais aparece em 39 notícias e fotos ou 17,49% dos casos. Apesar de não muito presente na totalidade das páginas, como se pode verificar pela divisão em editorias apresentada na categoria anterior (já que a maior parte das notícias trata de eventos casuais na sociedade ou de entretenimento e esportes), a agenda das políticas governamentais tem mais força e peso entre os destaques das capas. Em quase um terço das manchetes e fotos (30,95%), há referência a figuras, campanhas ou projetos ligados a políticas governamentais.

É bem verdade que 59,52% do material de destaque (25 manchetes e fotos principais) têm o jornalista como determinante na escolha dos acontecimentos como relevante para ser tratado como notícia. A agenda pública contou entre manchetes e fotos principais com quatro elementos, quase sempre ligadas a pesquisas de opinião sobre certas questões municipais ou nacionais.

O que de mais importante se consegue inferir destes dados é que, relacionando com as outras categorias de análise, vemos que é no destaque que mais figuras políticas e oficiais aparecem. A maior parte do material noticioso, evidentemente, está na periferia das páginas, porém com notícias de amenidades do mundo dos esportes, entretenimento, cidade e, em menor grau, eventos que relacionam infrações. Sendo assim, a agenda política aparece valorizada nas capas, também evidenciando o perfil do público do jornal, predominantemente de classe média e média/alta, com escolaridade, no mínimo, média. O sensacional, espetacular, o bizarro não aparecem em demasia. Predomina, por outro lado, eventos de apresentação e informação acontecimentos da cidade, da televisão, dos esportes, mundo, muitas vezes indicando eventos futuros, que ainda estão por acontecer. A predominância da agenda jornalística é reforçada face informativa do jornal *Destak*, sendo quase uma agenda de informação.

A seguir as tabelas da categoria agendamento.

<b>Classificação por agendamento – total de fotos e notícias</b>				
	Pública	Midiática	políticas governamentais	Total
Número de ocorrências	17	167	39	223
% / total	7,62	74,89	17,49	100

**Tabela 13**

<b>Classificação por agendamento – manchetes e fotos principais</b>				
	Pública	Midiática	políticas governamentais	Total
Número de ocorrências	4	25	13	42
% / total	9,525	59,52	30,955	100

**Tabela 14**

Feitas as devidas apresentações dos dados, passa-se, então, às observações e inferências finais.

## 5 CONCLUSÃO

A tentativa de delimitar o perfil do material noticioso veiculado nas capas da edição paulistana do jornal *Destak* é uma tarefa que precisa ter alguns pontos da atividade expostos e esclarecidos. Assim como foi dito anteriormente, toda a pesquisa de classificação das notícias é baseada no casamento entre elementos objetivos, próprios do trabalho acadêmico (como a teoria, por exemplo), com uma certa subjetividade analítica do pesquisador, que leva em consideração o contexto profissional, a bagagem intelectual, os objetivos, enfim, toda a cultura do analisador. Da mesma forma que os jornalistas passam por um impasse pessoal, cultural e profissional em determinar quais eventos devem ser tratados de forma pública como notícia e, posteriormente, quais destes acontecimentos noticiados devem ocupar posição de destaque, o pesquisador também passa por alguns dilemas em classificar um exemplar noticioso como, por exemplo, próximo, relevante, novo, que envolva grande quantidade de pessoas etc. Portanto, o que se consegue fazer com uma razoável precisão é apontar qual a tendência ou o perfil médio das notícias que compõem uma publicação. Por envolver uma certa subjetividade do pesquisador, por menor que seja, não é possível determinar com precisão absoluta as características do objeto de estudo. Por isso, tudo que será exposto a seguir é uma apresentação de características médias e predominantes das capas do jornal *Destak*. As inferências levam em consideração a observação acima e apontam o caráter, digamos, essencial do objeto de estudo.

Após a análise das categorias sobre manchetes, fotos principais, editoriais e agendamento, podemos apresentar agora alguns pontos que ajudam a formar o molde que caracteriza a edição paulistana do jornal *Destak*. A seguir serão agrupados os resultados extraídos de todas as tabelas construídas a partir dos números apurados nesta pesquisa, para inferirmos e respondermos à problemática central do estudo: como são as notícias que compõem as capas do jornal *Destak* São Paulo?

Todas as análises sobre valores-notícia na amostra nos fornecem pistas sobre o modo que caracteriza o material noticioso do nosso objeto de estudo. Verificou-se, tanto em relação à totalidade das notícias analisadas quanto em relação às manchetes e fotos principais, que há o predomínio dos valores proximidade, relevância, notabilidade na modalidade quantidade de envolvidos,

fator tempo na modalidade atualidade e notoriedade do ator principal (um pouco menos frequente). Sendo assim, a totalidade da amostra em relação aos valores-notícia mostra que o jornal *Destak* apresenta uma característica de publicação local, bastante ligada aos acontecimentos de São Paulo e imediações. O objeto de estudo, segundo a inferência realizada a partir das tabelas, é local, com valorização de acontecimentos predominantemente ocorridos na cidade de São Paulo (ou com atores cuja origem é a região metropolitana), de entretenimento e esportes. Assuntos nacionais também aparecem com razoável frequência, o que também realça o valor proximidade. O restante das editorias aparece nas capas da amostra com números mais discretos.

Na totalidade das fotos que aparecem do jornal há, no entanto, mais de 80% ligadas às editorias Diversão & Arte e Esportes, o que também enaltece o valor recebido por essas seções nas capas da edição paulistana do *Destak*. A origem da totalidade das fotos está ligada, na maioria dos casos, a fotos de divulgação e de reprodução de internet, o que também reforça a ideia de muitas imagens envolvendo divulgação de trabalhos profissionais de figuras do entretenimento televisivo ou do mundo da música. Agências internacionais fornecem um número considerável de imagens, muitas das vezes também relacionadas a eventos de televisão e esporte.

Os valores-notícia também nos apontam outra pista. A pouca frequência da presença dos valores envolvendo morte, infrações, acidentes e escândalo também mostra o perfil das notícias. São valorizados acontecimentos envolvendo artistas, esportistas e políticos em detrimento de eventos mais chocantes, com vítimas e atos ilícitos. Lembrando que o jornal *Destak* é lido, majoritariamente, por um público com escolaridade de média para alta e poder aquisitivo mediano para grande, menos afeito a eventos noticiosos retratando violência, por exemplo, e mais ligado a assuntos de política, entretenimento e esportes, o caráter das notícias do impresso, desse modo, não trai o perfil do leitor típico do objeto de nosso estudo.

Na totalidade das chamadas da capa, infere-se que o jornal funciona quase como uma agenda informativa da cidade de São Paulo, trazendo com frequência eventos e acontecimentos ocorridos na região, ou tratando de entretenimento e esporte, com a maioria absoluta das chamadas e imagens encontradas na amostra. Nos destaques, que são manchete e fotos principais, no entanto, há mais força para eventos e iniciativas ligadas à agenda das políticas governamentais, muitas vezes

tratando de temas relacionados à capital paulista, o que realça mais o aspecto local da publicação (ainda assim a agenda jornalística predomina). Vejamos em relação a cada uma das categorias de análise (manchetes, fotos principais, editorias e agendamento).

As manchetes, que foram classificadas segundo os valores-notícia e as tipificações dos acontecimentos, revelaram os seguintes aspectos. Houve predomínio de valores como proximidade, relevância, notabilidade na modalidade quantidade de envolvidos, o fator tempo na modalidade atualidade e notoriedade do ator principal. No outro oposto, com poucas verificações, tivemos valores indicando mortes, crimes e notícias de acontecimentos bizarros, inusitados e chocantes. Isto significa e aponta para um traço do jornal *Destak*. A análise mostra que o objeto de estudo é um impresso local, com matérias de eventos próximos e relevantes para os paulistanos. Entre as manchetes foi onde menos se encontrou acontecimentos típicos, com quase 50% se tratando de resultados de pesquisas e estudos. É um jornal que, na manchete, valoriza acontecimentos da cidade de São Paulo e imediações, com predomínio de material sobre problemas urbanos, como trânsito e limpeza pública. O crime e as infrações e eventos de acidentes, falhas ou defeitos quase não aparecem nas manchetes. Entre toda a amostra realizada, foi nas manchetes onde mais apareceram figuras importantes de origem pública, retratando políticos e ações governamentais. Todos esses traços indicam que o *Destak* é um jornal local de São Paulo, mais afeito a assuntos de interesse das classes média e alta da população, com pouca incidência de acontecimentos típicos. O expressivo percentual de pesquisas e o fato da maior presença de políticos estar proporcionalmente presente nas manchetes podem indicar que é uma parte do jornal feita a partir de um jornalismo menos investigativo, realizado nas ruas junto à sociedade, e mais de dentro da redação, com base em ou a partir de material produzido por assessores de comunicação (os *releases*). É na manchete, sem dúvida, onde figuras e órgãos centrais da política mais ganham espaço no impresso.

As fotos principais também indicam um mesmo caminho em relação aos valores-notícia. Também predominam nas imagens centrais do jornal *Destak* os elementos proximidade, relevância, notabilidade na modalidade quantidade de envolvidos, o fator tempo na modalidade atualidade e notoriedade do ator principal. Apesar de ter sido encontrado cada um dos valores entre as fotos principais, o fator morte, as infrações, os acidentes e as falhas também são colocados em segundo

plano. São nas fotos que estão retratados os acontecimentos mais importantes do dia, e não nas manchetes. Esses eventos, no entanto, estão ligados mais frequentemente à cidade de São Paulo (como trânsito, clima e limpeza pública, por exemplo), a figuras do entretenimento e do esporte e, em menor grau, a acidentes, crimes e morte. O fato também de ter quase 40% das fotos tiradas por fotógrafos do próprio e outros 33,33% de imagens de agências de notícias nacionais (quase sempre trazendo assuntos relacionados a São Paulo) coloca o jornal *Destak* como um impresso que valoriza bastante os acontecimentos e eventos ocorridos na capital paulista e imediações. A análise da categoria fotos principais mostra dados que indicam que: o jornal *Destak* é uma publicação predominantemente local de São Paulo e região metropolitana, com acontecimentos relacionados, na maioria dos casos, a problemáticas de interesse das classes mais abastadas (que são o público leitor do jornal). A foto principal é, na maioria das vezes, onde se encontra o que de mais importante o jornal tratou em uma determinada edição. O trabalho jornalístico na rua, com profissionais junto dos eventos e da sociedade, é mais verificado nas fotos principais. É o setor do jornal que mais valoriza o jornalista e a sua função. *Releases* e ações de políticas governamentais ficam em segundo plano. Enfim, as fotos são os principais elementos das capas analisadas.

A divisão por editorias reforça os resultados obtidos nas demais categorias. Na categoria, os resultados relacionados à classificação por valores-notícia são bastante semelhantes aos das categorias manchetes e fotos principais. Então, elementos como proximidade, relevância, notabilidade na modalidade quantidade de envolvidos, o fator tempo na modalidade atualidade e notoriedade do ator principal são predominantes. Eventos com mortes, crimes e infrações, por outro lado, estão em segundo plano. A análise em relação a esse quesito é rigorosamente a mesma das outras duas categorias: de publicação local, mais ligada a assuntos e problemas da classe economicamente mais favorecida (público majoritário do jornal). Ao contrário das outras editorias, nas quais havia um predomínio claro de eventos envolvendo a cidade São Paulo, nesta categoria foi verificada a valorização de eventos de entretenimento e esportes, fundamentalmente. A notoriedade do ator principal ganha destaque nesta categoria. A quantidade de artistas e esportistas retratados nas notícias é expressiva, indicando a força e importância das editorias Diversão & Arte e Esportes. Vejamos a divisão por editorias, para concluir o pensamento desenvolvido.

A divisão por seções mostra o caráter local do jornal *Destak*. A editoria São Paulo é predominante tanto nos destaques quanto nas chamadas e fotos secundárias. A seção Brasil tem relevância, pois aparece com a segunda maior marca entre os destaques – manchetes e fotos principais. A seção Esportes aparece pouco nos destaques, mas é forte na parte periférica da capa. É uma editoria que não aparece demasiadamente nas capas analisadas, mas, quando é encontrada, normalmente é em material fotográfico (que tem mais destaque que o texto sozinho). Além dessas três editorias, há a outra seção supervalorizada nas capas analisadas: a editoria Diversão & Arte. Em relação à quantidade de ocorrências é a segunda mais bem colocada (atrás, bem próxima, da editoria São Paulo). Em relação ao material fotográfico, é a mais importante, com mais de 60% das imagens encontradas (na maioria das vezes de origem de reprodução de internet ou divulgação). O restante das seções é complementar, menos importante. A análise da categoria editorias aponta para a seguinte direção: O jornal *Destak* São Paulo é essencialmente local, com eventos da capital paulista e imediações. O impresso, nos destaques, está mais próximo de acontecimentos da capital paulista e de repercussões de ações políticas (predominantemente municipais). A periferia da capa, no entanto, é dominada por notícias de entretenimento e esportes. Tanto o assunto quanto à origem das fotos analisadas indicam que, no que se refere à parte periférica das capas, o jornal *Destak*, possivelmente, é feito de dentro da redação. Há indícios de que é uma publicação montada a partir de notícias coletadas de agências de notícias, da rede mundial de computadores ou de material promocional de assessores de comunicação (vide a quantidade expressiva de notícias tratando de entretenimento). Sendo assim, o jornal se dirige de forma decisiva em relação às expectativas do público leitor, classificado como de classe média para alta, com escolaridade elevada e com acesso à tecnologia moderna.

A categoria agendamento também reforça a análise exposta nas três categorias anteriores. Nos destaques, principalmente nas manchetes, é onde mais encontramos notícias enquadradas na agenda de políticas governamentais, com mais de 30% das ocorrências. Isto está relacionado à possível utilização de material oriundo de *releases* nesta parte do jornal – apontado na conclusão da categoria manchetes. É no destaque da capa que mais o poder político se manifesta, ainda que não de forma predominante. A agenda midiática é a mais importante do jornal, distante das outras editorias. A agenda pública, tanto entre fotos e chamadas secundárias quanto em relação a manchetes e imagens principais, é a menos

presente na amostra. Infere-se dos resultados apurados na categoria agendamento (aliada às demais categorias) que o jornalismo, digamos, sentado (de dentro das redações) é, provavelmente, o mais praticado pelos redatores do jornal *Destak*. Nas manchetes, a figura do assessor de comunicação de políticos é mais marcante. Na periferia, o assessor ligado a interesses privados, principalmente de artistas, prevalece. O jornal *Destak*, desse modo, é, possivelmente, na sua maior parte, realizado de dentro das redações, com jornalistas trabalhando com instrumentos como o telefone, a internet e o apoio de assessores de comunicação. A parte que mais foge a esse modelo é a foto principal, ainda assim também há indícios da ocorrência do jornalismo realizado predominantemente de dentro das redações nesta parte da publicação. A imagem principal é, sem dúvida, a parte mais importante da capa, onde, inclusive, mais se pratica o jornalismo realizado nas ruas, junto à sociedade.

O jornal *Destak* é, desse modo, uma publicação, em geral, menos ligada a eventos relacionados a problemáticas do Brasil e do mundo e mais relacionada a assuntos de São Paulo (como trânsito, transportes, clima, limpeza pública etc), com também grande frequência de notícias de amenidades do setor artístico e do esporte. Enfim, o *Destak* é um jornal que cumpre com o objetivo proposto dos editores, que é de trazer informação atual à população de forma rápida, quase como uma agenda informativa da cidade de São Paulo. Os destaques, no entanto, são bem definidos, com maior incidência de notícias envolvendo ações políticas, se comparamos com o restante da área das capas. O caráter informativo, no entanto, prevalece em relação aos demais. O jornalismo feito predominantemente de dentro das redações, provavelmente, é o mais praticado. Os *releases* e os materiais de agências de notícias são, possivelmente, as fontes de informação predominantes (a foto principal é parte que mais foge deste modelo).

É importante acrescentar que esta pesquisa analisa o objeto de estudo sob uma perspectiva específica. O jornal *Destak* e o modelo de impresso gratuito de grande circulação também podem ser temas de diversos outros estudos, com diferentes abordagens (por exemplo, análises comparativas do *Destak* em relação a outros impressos do gênero ou em relação aos maiores jornais do país – com enfoque sobre as notícias, a diagramação ou mesmo as publicidades que aparecem no impresso); Quanto ao material noticioso da capa, a contribuição do trabalho aqui desenvolvido foi dada. O jornalismo de notícias encontra no *Destak* um exemplar típico do gênero, que é predominante na atualidade.

## REFERÊNCIAS

WOLF, Mauro. Da sociologia dos emissores ao newsmaking. In: **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2 ed. 2008.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

MILMAN, Luís. A metodologia do jornalismo: breve excuroso sobre a natureza de um conflito. In: LEVACOV, M. et al [orgs.]. **Tendências na Comunicação**. Porto Alegre: L&pm, 1998.

ONDE ENCONTRAR o *Destak* Jornal. Destak jornal. Disponível em: <http://www.destakjornal.com.br/ondeencontrar.aspx>. Acesso em 25 out. 2009.

MIDIA KIT do *Destak* Jornal. Destak jornal. Disponível em: <http://www.destakjornal.com.br/midiakit.aspx>. Acesso em 25 out. 2009.

INSTITUCIONAL do *Destak* Jornal. Destak Jornal. Disponível em: <http://www.destakjornal.com.br/institucional.aspx>. Acesso em 25 out. 2009.

NOTÍCIA sobre o *Destak* Jornal. 2006. O Globo Online. Disponível em: <http://www.oglobo.globo.com/economia/mat/2006/06/28/284462811.asp>. Acesso em 14 out. 2009.

## **ANEXOS**

A seguir estão expostas as 21 capas que compõem a amostra deste trabalho.

Tevez diz que Brasil teme a Argentina

Proteção dos gols argentinos mata a confiança e espanta o time do tigrão. REPORTAGEM PÁGINA 11

Calor forte vai até quinta-feira

Temperatura sobe nos próximos dias e pode chegar a 32°C, mas tende a baixar e chover no fim de semana. SÃO PAULO PÁGINA 3

Celebridades entram na mitologia

Carolina Dieckmann e Vinícius de Moraes são homenageados. MÚSICA, CENAS E ARTE PÁGINA 13



# Destak



Terça-feira, 1 de setembro de 2009

## MEC reprova quase 30% dos cursos universitários do país

Três de cada dez instituições de ensino superior tiraram nota vermelha em índice que avalia alunos, titulação de professores e infraestrutura entre 2.001 escolas, só 1% tem desempenho máximo. PÁG. 4



Ônibus terão transmissão de TV ao vivo em 30 dias

SÃO PAULO PÁGINA 7

### COMBUSTÍVEL DA DISCÓRDIA



Lula chama de "nova Independência" a mudança de regras para exploração de petróleo: oposição vê no ministro. PÁG. 8

Redes de cinema abrem guerra por público às terças



Em agosto, Bolsa foi aplicação que mais rendeu

Pedalada gay estreia na Virada Esportiva

### SUMÁRIO

Disney compra os super-heróis da Marvel por US\$ 4 bilhões

Presidente da Colômbia tem gripe suína; grapo da H1N1 é monitorado

Carnaval fora de época agita o litoral norte da Bahia

**Vem aí o laptop com duas telas**  
 Apresenta-se o objeto do desejo para quem gosta de tecnologia.  
**TECH | PÁGINA 7**

**Massa: retorno só em 2010**  
 Feminista que brônica não volta às pistas neste ano; pista faz crítica política.  
**ESPORTES | PÁGINA 9**

**Quarentão, Bon Jovi volta ao Brasil!**  
 Banda liderada por Bon Jovi volta ao Brasil para fazer o show de 2009.  
**ESPECTÁCULO E ARTS | PÁGINA 11**

**SP Destak**

NOSSO ENDEREÇO: RUA DO ABRILHANO, 100 - JARDIM PAULISTA - SÃO PAULO - SP



Destak SP - São Paulo - 2 de Setembro de 2009

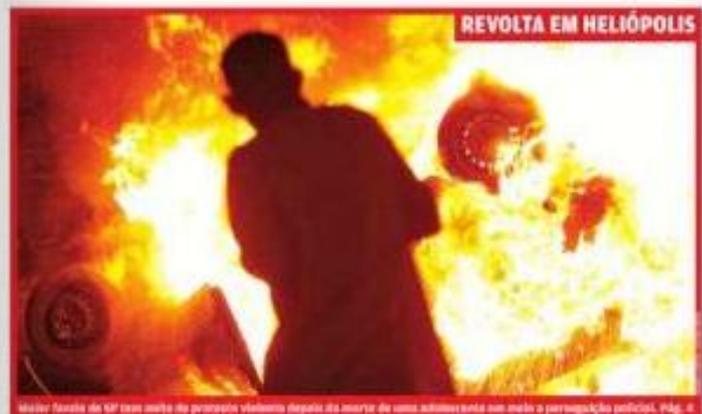
Quarta-feira, 2 de setembro de 2009

- Sumário**
- Blue Man Group inicia hoje temporada de dez shows na cidade**  
ESPECTÁCULO E ARTS | PÁGINA 11
- Ministro do STF morre de câncer; ex-ministro do TSE é assassinado**  
JUSTIÇA | PÁGINA 1
- Pesquisa mostra quais são os superaventados mais baratos da cidade**  
IMÓVEIS | PÁGINA 6
- Socorro nas HQs, Watchmen chegou em DVD às locadoras**  
ESPECTÁCULO E ARTS | PÁGINA 11



**Governo perde R\$ 559 mi e evita 50 mil demissões com IPI menor**

União deixou de arrecadar R\$ 1,8 bi com corte de imposto na venda de carro novo, mas teve receita extra com aumento da comercialização, segundo Ipea. **cada emprego mantido custa até R\$ 11.380. PÁG. 8**



**REVOLTA EM HELIÓPOLIS**

Índice Social de SP teve mais de 10 pontos negativos depois da morte de uma adolescente em meio a perseguição policial. **PÁG. 4**

**Censo vai contar casais gays e tempo gasto na web e no trânsito**  
POSIÇÃO | PÁGINA 5

**Corte de verba na capital tira das ruas 1,5 mil varredores**  
SAÚDE PÚBLICA | PÁGINA 3



**Tela do Masp 'recupera' ereção após 300 anos de censura**  
ESPECTÁCULO E ARTS | PÁGINA 11

**Corinthians bate Santos no fim**  
Clube venceu por 4:2 no fim de tarde e garantiu o título de campeão paulista de 2009.  
ESPORTES PÁGINA 8



**Basquete vence e vai ao Mundial**  
Seleção Brasileira bate Canadá na Copa América e garante vaga na competição de 2010.  
ESPORTES PÁGINA 8

**Pixar voa para a Amazônia em seu primeiro 3D**

SP - Após divulgação de sua primeira animação em 3D, o filme "Up" voa para a Amazônia em sua estreia no Brasil. O filme será exibido em 3D em mais de 100 salas de cinema.  
CINEMA PÁGINA 9

# SP Destak

Revista de Notícias - São Paulo - 11/09/09 - R\$ 4,00

Quinta-feira, 3 de setembro de 2009

Contribuição de 5%, a partir de setembro, para o Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) será obrigatória para todos os empregados.  
ECONOMIA PÁGINA 10



## Divórcio on-line é aprovado no Senado

Projeto que facilita separação consensual de casal sem filhos menores passou por unanimidade entre os senadores e vai à Câmara. Se virar lei, juiz receberá dados pela internet e poderá decretar fim do casamento sem precisar chamar marido e mulher. PÁG. 4

### CALOR DE PARAR O TRÂNSITO



Devido ao tempo e temperatura, a Polícia e o trânsito em São Paulo foram afetados. O trânsito foi interrompido em algumas ruas da cidade.

Capital teve sol e dia mais quente do ano, com 31,2°C, hoje esperada ainda mais, e à tarde deve chover forte. PÁG. 2

### Despenca o número de casos graves de gripe suína no país

BRASIL PÁGINA 4

### Polícia investiga convocação de protesto em Heliópolis

SÃO PAULO PÁGINA 5

#### SCENÁRIO

Reforma eleitoral prevê censura a opinião na internet

BRASIL PÁGINA 6

Depressão será doença mais comum do planeta em 2030, afirma OMS

SÃO PAULO PÁGINA 7

### Prefeitura quer incluir USP na ciclofaixa

SÃO PAULO PÁGINA 7



### Bronzeamento artificial pode ser proibido

BRASIL PÁGINA 4



Donald Trump põe a mão no concurso Miss Universo

BRASIL PÁGINA 9



**Denzel encara sequestrador de metrô**

Homem é interceptado por dois policiais em fuga após o roubo de uma moto. Quem estava fugindo? **INVESTIGAÇÃO E ARTE** PÁGINA 10

**Antes do jogo, Argentina vai à missa**

Após o primeiro jogo da Copa Libertadores, o Brasil enfrenta o Chile. Quem vai assistir ao jogo? **ESPORTES** PÁGINA 12



# SP Destak

Destak SP - São Paulo - 11.000 exemplares

Sexta-feira, 4 de setembro de 2009

## Motos vão pagar pedágio em todas as rodovias de São Paulo

Medida, que hoje só vigora em três estradas, deverá compensar gastos com acidentes: cobrança ainda não tem data, mas valor está definido: metade da tarifa de carros de passeio. PÁG. 4

**Empresas são multadas em SP por não reciclar embalagens**

ALÍCIO ASSIS PÁGINA 3

**Em 2013, carros novos vendidos no país terão de poluir menos**

ALÍCIO ASSIS PÁGINA 5

**Italiano beija filha na boca e é preso no Ceará**

ALÍCIO ASSIS PÁGINA 6

**Frente fria deixa tempo instável no feriadão**

ALÍCIO ASSIS PÁGINA 8

**MATISSE AO VIVO E EM CORES**

João Carlos de Oliveira  
e André Lima  
divulgam obras  
do artista

Na Pinacoteca, mestre francês ganha primeira mostra individual no Brasil. Pág. 18

### SUMÁRIO

**No enterro de Michael Jackson, espiões de guerra em Los Angeles**  
ALÍCIO ASSIS PÁGINA 11

**Ana Ivanovic, rainha do tênis, dá um tempo na carreira após fiasco**  
ALÍCIO ASSIS PÁGINA 12



**Tráfego de 21 metros quadrados**  
ALÍCIO ASSIS PÁGINA 13

**Projeto do trem-bala entre São Paulo e Rio fica para 2016**

ALÍCIO ASSIS PÁGINA 14

**No México, traficantes atacam clínica para viciados e matam 17**

ALÍCIO ASSIS PÁGINA 15

**VÁ AO TEATRO COM O DESTAK**  
www.destak.com.br

**Festival de Cinema tem a marca da Larceny Media**  
www.larceny.com.br



**Chávez tem dia de estrela em Veneza**  
Presidente da Venezuela foi ao festival promovido por Silvio Berlusconi e Gianni Agnelli. **DIVERSÃO E ARTE** PÁGINA 11

**Três belas da nova geração lançam CDs**

As cantoras Roberta Sá, a cantora de jazz Tereza Rachel e a atriz brasileira Priscilla Fantini lançam seus novos CDs. **DIVERSÃO E ARTE** PÁGINA 11

Roberta Sá, em grupo e só, lança o novo CD de música



# SP Destalk

Destaque Especial - São Paulo - 11 de setembro de 2009

Terça-feira, 11 de setembro de 2009

**Sinalização sobre veto ao fumo falha mais na periferia**

**SAÚDE** PÁGINA 1

Um estudo realizado em São Paulo mostrou que a sinalização sobre o fumo falha mais na periferia. Apesar disso, não houve redução na produção e consumo de cigarros. **SAÚDE** PÁGINA 1

## Lei seca: 80% dos que rejeitam bafômetro se livram de condenação

Estudo indica que **redação mais rígida favorece acusados**: antes, era crime dirigir 'sob influência de álcool'; agora, para haver prisão, é preciso **provar que o limite de dois chopos foi ultrapassado**. Mas o teste não é obrigatório. **PÁG. 6**

**ANS quer incluir tratamento dentário nos planos de saúde**

**SAÚDE** PÁGINA 1

**Problemas no Morumbi podem tirar abertura da Copa de SP**

**ESPORTE** PÁGINA 11

### O DIA DO CAÇA



Nicolas Sarkozy, presidente da França, cumprimenta Dilma Rousseff, presidente do Brasil, no dia 11 de setembro.

### SOMÁRIO

**Santa Catarina ganha rota de 270 km para cicloturistas**

**ESPORTE** PÁGINA 7

**Na Itália, brasileira é acusada de matar a filha de 2 anos**

**CRIMES** PÁGINA 7

**Contra o Chile, Seleção Brasileira usa ataque reserva**

**ESPORTE** PÁGINA 11

**Festival da Cachaça tem a marca da Lancy Martin.**



**Virada esportiva para 3 milhões**  
Futebolista divulga informações tecnológicas para o maior atleta  
SÃO PAULO PÁGINA 1



**Novo iPod tem camera e rádio**  
Após lançamento nos EUA o modelo com câmera não tem falta para chegar ao Brasil  
SÃO PAULO PÁGINA 9

**Brazil's Next Top Model desfila sua nova coleção**

Se tornou a primeira da série, que agora tem 12 episódios para serem exibidos até maio  
SÃO PAULO PÁGINA 11

# SP Destak

INFORME PUBLICITÁRIO

Quinta-feira, 10 de setembro de 2009



## Depois de combater a Argentina, Brasil faz bonito e comba o Chile

**Câmara tira do estatuto racial cota para negros na universidade**  
SÃO PAULO PÁGINA 1



Atleta, o jogador de futebol brasileiro, comemora a vitória após a expulsão do goleiro chileno.  
SÃO PAULO PÁGINA 10

**SP vai atender por ano 720 mil interessados em largar cigarro**  
SÃO PAULO PÁGINA 1

**Boliviano em 'missão divina' sequestra avião no México**  
SÃO PAULO PÁGINA 1

**SIMBÓLIO**  
Três exposições reúnem pinturas e fotos de arte contemporânea  
SÃO PAULO PÁGINA 11

**Dividir cama de casal faz mal à saúde, afirma cientista**  
SÃO PAULO PÁGINA 11

Brasil faz 2 a 0 no Chile, onde empata e ganha na cobrança; México salva o golfe com 2 gols em 1 vitória, pág. 10



## Paraguai vence e afunda a Argentina

SÃO PAULO PÁGINA 10





**Cameron Diaz num vale de lágrimas**  
FALSA A FIM DO QUEM FICOU COM O CENÁRIO EM UM MOMENTO DE DOR: INVENÇÃO E ARTE PÁGINA 22

**Chuva forte volta domingo**  
Hoje e sábado, sempre muita sol e sol quente e vento quente. Depois, chega uma frente fria. SÃO PAULO PÁGINA 9

**Nelsinho confessa: bateu de propósito**  
Documentário, a FIA vai ao Brasil e apresenta o piloto brasileiro e brasileiro. CONTEÚTO PÁGINA 23



# SP Destak

Sexta-feira, 11 de setembro de 2009

## Promotoria quer parar obras de ampliação na marginal Tietê

Depois do transbordamento de rio durante o temporal de terça-feira, Ministério Público pede estudo mais detalhado do impacto ambiental das seis novas faixas que vão ocupar o canteiro central. PÁG. 4

## Guarda disparou a bala que matou garota em Heliópolis

GRANDE PÁGINA 1



NA WEB, IMAGENS INÉDITAS DO 11 DE SETEMBRO

Imagens de uma promotoria formada em Heliópolis, que investiga o caso. Quando o crime ocorreu a Faria das Águas da. Página 10

## Desmatamento no cerrado é maior do que na Amazônia

BRASÍLIA PÁGINA 5

- SUMÁRIO**
- Hotel na rua Augusta vira "porto" para baladeiros da cidade PÁGINA 7
  - Vereadores aprovam concessão do Pacaembu à iniciativa privada PÁGINA 8
  - Festival de cinema infantil tem 80 filmes com ingressos a R\$ 4 PÁGINA 21

**Restaurant Week acaba no fim de semana**  
DIVERSÃO E ARTE PÁGINA 25

**Franceses pagarão imposto por aquecimento global**  
BRASÍLIA PÁGINA 22

**Festival da Casa tem a Franca da Leroy Merlin**  
PÁGINA 20

Das 100 melhores mulheres do mundo

**Tais, a nova Helena de Manoel Carlos**  
 Para quem quer, não há nada impossível. Ela é a nova protagonista de Manoel Carlos. **PAROLA 11**

**Para saber o sexo dos anjos**  
 Tudo o que você precisa saber é quem é quem. **PAROLA 9**

**Trânsito é o que mais mata jovens**  
 Em todo o planeta, acidentes são a primeira causa de mortalidade na faixa dos 15 aos 24 anos. **MONDO 3**

**SP** **vestak**  
 Segunda-feira, 14 de setembro de 2009

Tenha mais conteúdo e entretenimento na página 6.

atv tv

# São Paulo tem população idosa mais independente do Brasil

Na capital, 16% dos homens e 20% das mulheres com mais de 60 anos precisam da ajuda de outros por causa de limitações físicas ou mentais; 9,3% dos paulistanos estão na terceira idade. **PÁG. 2**



**Kassab diz que vai aumentar verba para a limpeza pública**  
**SÃO PAULO 1**

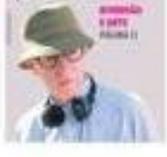
**Internet rápida brasileira é lenta, cara e atende poucos**  
**BRASIL 4**

**Ciclofaixa deve ganhar postos de aluguel de bicicletas**  
**SÃO PAULO 7**

**SUMÁRIO**  
 Escritora Meg Cabot encontra milhão de fãs adolescentes no Rio **PAROLA 11**

**Equipe de Woody Allen vem procurar locações para filme na cidade**  
**SUMÁRIO 8**

**Palmeiras perde e vê liderança ameaçada**  
**SUMÁRIO 11**



**Detonaweb vai até sexta**  
Impulsão de vendas com o lançamento de um novo site. **PÁGINA 6**

**AC/DC: show com locomotiva**  
Banda australiana toca a noite 27/08 no Maracanã. **INSCRIÇÃO E ARTS PÁGINA 10**



**Fernanda Young tem dez motivos para posar nua**  
Apresentadora se torna ícone do que quer que seja. **INSCRIÇÃO E ARTS PÁGINA 10**



# SP Destak

Terça-feira, 23 de setembro de 2009

## Governo ressuscita proposta de cobrar imposto da poupança

Taxação das cadernetas com mais de R\$ 50 mil de saldo a partir de 2010 foi anunciada há quatro meses e causou polêmica: nesta semana, projeto vai ao Congresso. **PÁG. 6**

**Passagem de ônibus na capital vai subir em janeiro**  
**SÃO PAULO PÁGINA 7**

**Liberação de bingos ganha defensores no Congresso**  
**BRASÍLIA PÁGINA 8**

**Prefeitura apaga grafite 'de protesto' na av. 23 de Maio**  
**SÃO PAULO PÁGINA 9**



**ZEBRA ARGENTINA**

Em partida de 6 horas, Juan Martín del Potro, de 20 anos, venceu o jogo sobre o saia Roger Federer e venceu o US Open. **PÁG. 8**



**SOMÁRIO**  
Câncer mata Patrick Swayze, astro de Ghost e Dirty Dancing  
**ESPERANÇA E VIDA PÁGINA 12**

'Nelsinho' diz que Alisson sabia da armação com Nelsinho em Cingapura  
**ESPORTES PÁGINA 14**

Mostra no CCBB exibe obras de 52 artistas da vanguarda russa  
**ESPERANÇA E VIDA PÁGINA 15**



Figura feminina de Kazimir Malevich, no CCBB

**SP elege o melhor pastel de feira**  
Múltiplas quadras far parte das opções de 70 pastéis de feira, desde hoje à 9h. SÃO PAULO PÁGINA 7



**CD do Kiss, que sai em outubro, cai na rede**

Uma banda e o primeiro CD lançado em português caem na rede. OUVRO E ARTS PÁGINA 12



# SP Destak

Destak Especial - São Paulo - 11/09/2009

Quarta-feira, 15 de setembro de 2009

Tenha mais conteúdo e entretenimento na página 6  
ALVO TV

### SUMÁRIO



Mostra revela a obra de Henri Cartier-Bresson, pai do fotajornalismo  
ARTS PÁGINA 2

França aprova lei que corta internet de quem faz download pirata  
INTERNET PÁGINA 7

Escolas de MG não poderão vender comida e doces aos alunos  
Educação PÁGINA 9

A Festa do Garfield e sétima temporada de 24 Horas saem em DVD  
Mídia PÁGINA 12



## STJ 'tabela' dano moral: nome errado no Serasa dá R\$ 10 mil

Com base em 11 mil recursos julgados no ano passado, levantamento do tribunal serve para orientar juizes e evitar valores irrisórios ou exagerados para as indenizações pagas no país. PÁG. 4

### ENSAIO SOBRE A SUJEIRA



Trilha contra a cidade suja: ao lado, o lixo acumulado nos pontos; procurador tenta acabar com vendas de lixão e de garfo. PÁG. 7

**Vereadores querem desligar antenas ilegais de celular**

SÃO PAULO PÁGINA 1

**Poupança acima de R\$ 50 mil pagará 22,5% de imposto**

BRASÍLIA PÁGINA 5

**Nova York estuda proibir cigarro ao ar livre**

NOVA YORK PÁGINA 7

**Senado veta restrições à web na campanha eleitoral**

BRASÍLIA PÁGINA 8

**Elegância é uma calça desbotada**  
**Beatles em CDs com brasileiros**  
**Corinthians fica só no empate**

Para o melhor de 43 anos do Brasil, Abbey Road (CD) comemora passagem para o grupo dos CDs. **DIVERSÃO E ARTE: PÁGINA 12**

Domínio de Lucrecio, o melhor não sai do 1-1 contra o Corinthians. **ESPORTE: PÁGINA 8**

**SP Destalk**  
 Quinta-feira, 17 de setembro de 2009

**Sessão Imobiliária São Paulo**  
 24 a 27 Setembro de 2009  
 Anhembi / SP

www.fda.com.br

# Varrição menor deixa 80 t de lixo por dia nas ruas, dizem empresas

Número de quilômetros limpos cai 32% após corte de recursos, segundo sindicato; prefeitura nega e prepara novo plano para o serviço. **PÁG. 2**



**Greve suspende serviços de entrega rápida dos Correios**  
**BRASIL: PÁGINA 4**

**Lula convida advogado de 41 anos para vaga no Supremo**  
**BRASIL: PÁGINA 5**

**Dólar fecha em R\$ 1,80, o menor valor em um ano; Bolsa sobe**  
**BOVESPA: PÁGINA 6**

**Série FlashForward, o 'novo Lost', deve estreiar no Brasil em fevereiro**  
**ENTERTAINMENT: PÁGINA 11**

**Para ex-presidente Carter, Obama é vítima de ataques racistas**  
**BRASIL: PÁGINA 7**

**VWS ganha quatro categorias e terá alto teor de programação**  
**ENTERTAINMENT: PÁGINA 10**

**Renault adoteu farsa no caso Nelsinho e demite o chefe brasileiro**  
**ESPORTE: PÁGINA 9**

## Carro a álcool é maioria no ranking dos mais poluidores



**BRASIL: PÁGINA 8**

**Guerra dos sexos move comédia**

É o mesmo casal de 2008 e volta a fazer o filme. A história é sobre o casamento de Jerry e Mary. **DIÁLOGO E ARTS** **PÁGINA 18**

**Virada esportiva deve ter chuva**

Antes de sair de casa, é bom consultar programação de web. Mas para quem quiser ir ao jogo, o horário é o mesmo. **ESPORTOS** **PÁGINA 11**

**Ciclofaixa não vai funcionar domingo**

Por conta de atividades no espaço público, a ciclofaixa não funcionará. **SEU PAÍS** **PÁGINA 9**



Sete-feira, 18 de setembro de 2009

## Para 44%, tempo de espera no ponto de ônibus aumentou

Pesquisa indica que, para metade dos usuários, veículos estão mais lotados que em 2008; apenas 10% dos paulistanos afirmam que a prefeitura deve investir em vias para carros. **PÁG. 3**

**SUMÁRIO**

**Jerry Lee Lewis, Titi e Mariana Aydar se apresentam na cidade**  
**REVISTA E ARTS** **PÁGINA 17**

**Revista diz que filho de Gisele Bündchen vai se chamar Gabriel**  
**REVISTA E ARTS** **PÁGINA 17**

**Reforma eleitoral: Câmara libera web e aceita 'fichas sajas'**  
**ESPORTOS** **PÁGINA 11**

**O Cavaleiro das Trevas estreia na TV pago com Coringa de Heath Ledger**  
**REVISTA E ARTS** **PÁGINA 17**

**PERDEU PARA A MAGRELA**



Com marca de 12 toneladas, o ciclofaixa venceu um helicóptero e outros 14 competidores em um desafio contra o trânsito. **PÁG. 3**

**Obama põe fim a projeto de escudo antimissil de George Bush**  
**ESPORTOS** **PÁGINA 11**

**Assaltantes torturam casal e filho de 4 anos no Morumbi**  
**SEU PAÍS** **PÁGINA 9**

**Dinheiro público vai financiar estádios da Copa de 2014**  
**ESPORTOS** **PÁGINA 11**

**Casas Bahia dá desconto de 50% a 1 milhão de devedores**  
**SEU PAÍS** **PÁGINA 9**

**Festival da Casa Imã**  
A música de Luiz Gonzaga

**22 Top fará shows no Brasil**  
Revelação da noite de ontem em um show com o tema "Música e Arte" **PÁGINA 10**



**Gisele Bündchen vira embaixadora da ONU**  
Modelo foi escolhida pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente e defende a ação contra o aquecimento global **PÁGINA 11**

**Vexame no retorno do Fenômeno**

O Corinthians foi goleado por 4 a 1 pelo Santos no Pacaembu. O São Paulo também sofreu com o time de Paulo Autassi e o Fluminense se manteve na liderança. **ESPORTES PÁGINA 8**

# Destak

Segunda-feira, 21 de setembro de 2009



Recebeu o prêmio de melhor jogador do mundo em 2007, o jogador do Santos, Neymar, comemora a vitória do time na vitória por 4 a 1 sobre o Corinthians no Pacaembu.

## Quase metade dos motoristas aprova dois dias de rodízio

Pesquisa também mostra **crescimento do apoio à ideia do pedágio urbano** e revela preocupação do paulistano com a piora do trânsito. **PÁG. 3**

**ANS pode liberar reajuste dos planos de saúde individuais**  
**SAÚDE PÁGINA 7**

**Projeto prevê punição a pais por abandono afetivo dos filhos**  
**SAÚDE PÁGINA 7**



### VIRADA RECORDE

Melhor marca no giro rápido, uma das atrações mais populares do Parque de Diversões de Curitiba.

Mais de 3 milhões de pessoas aproveitaram as 245 atrações de esporte na cidade. **Pág. 2**

## Garis ameaçam entrar em greve hoje

**SAÚDE PÁGINA 7**

**BOM DIA!**

**Briatore é banido, Neisinho é absolvido**  
 O juiz decidiu sobre o caso do ex-juiz de Direito e o ex-juiz de Direito. **ESPORTES PÁGINA 9**

**Passarela do Emmy foi das mais ousadas**  
 "Carnais de verão" e "Missões de beleza" são temas que permeiam a passarela do Emmy. **ENTERTAINMENT PÁGINA 12**

**Campanha ambiental quer que brasileiro consuma menos carne**  
 O governo quer que o brasileiro consuma menos carne. **AMBIENTE PÁGINA 10**

**SP Destak**  
 Terça-feira, 22 de setembro de 2009



Modelo Lúcia de Almeida em uma das passarelas da TV americana

**Em 2010, inspeção veicular será obrigatória para todos**

Em portaria, prefeitura confirma que praticamente toda a frota paulistana, com 6,5 milhões de veículos, terá de passar pela avaliação ambiental hoje aplicada aos veículos fabricados entre 2003 e 2008. **PÁG. 2**



**Líder deposto volta escondido a Honduras e tem abrigo do Brasil**  
**AMBIENTE PÁGINA 7**



**PRIMAVERA ESTREIA COM CHUVA**

Com o clima de primavera, as lojas de moda, como a loja da foto, oferecem roupas para a estação. **MODA PÁGINA 4**

Estação que começa hoje em SP terá mais chuvas que o verão. Nesta semana, só deve aparecer apenas na sábado. **PÁG. 4**

**Pesquisa: 87% das garotas sofrem agressão no namoro**  
**AMBIENTE PÁGINA 5**

**Garis decidem suspender greve na capital**  
**AMBIENTE PÁGINA 7**

**SUMÁRIO**  
 Campanha ambiental quer que brasileiro consuma menos carne **AMBIENTE PÁGINA 10**

**Encontre de guitarristas traz músicos do país inteiro à Mootz hoje**  
**AMBIENTE PÁGINA 12**

**Barulho de carros em via movimentada ameaça saúde**  
**AMBIENTE PÁGINA 1**



**Patrick Swayze e Os Simpsons pra ver em casa**

Temporadas dos vídeos mais vendidos em DVD: a primeira, sendo a única a vencer o Oscar. Confira que não é apenas uma obra de arte.

**TELEVISÃO & ARTE**  
PÁGINA 22

**Victor e Leo em palco de rei**

Quarta do momento grande DVD em DVD: a obra de arte de Roberto Carlos.

**TELEVISÃO & ARTE**  
PÁGINA 22





Quarta-feira, 23 de setembro de 2009



# Kassab desiste de cortar verba do lixo

Em troca da suspensão do reajuste dos serviços neste ano, proposta aceita pelas empresas, prefeitura não vai mais reduzir 20% dos recursos da varrição e 10% da coleta; os cerca de 1,9 mil garis já demitidos ou em aviso prévio serão readmitidos. **PÁG. 4**

**Só metade dos guardas-civis poderá usar arma de fogo**

**SÃO PAULO** PÁGINA 2

**CNI/Ibope: Ciro cresce e empata com Dilma; Serra lidera**

**SÃO PAULO** PÁGINA 6

**Lula pede intervenção da ONU no impasse em Honduras**

**SÃO PAULO** PÁGINA 1



**SUMÁRIO**

**John estava certo: na web, Beatles são mais populares que Jesus**  
**SÃO PAULO** PÁGINA 11

**Desemprego entre os que estudaram é 7 vezes maior entre os pobres**  
**SÃO PAULO** PÁGINA 1

**Brasil ganha atestado de 'bon pagador': dólar fecha abaixo de \$5 1,80**  
**SÃO PAULO** PÁGINA 1

**Morre Drica Migliaccio, a 1ª Esposa do Sítio do Pica-Pau Amarelo**  
**SÃO PAULO** PÁGINA 11

**Prós e contras: Enem, a Enem, mas Enem**



**Salão Imobiliário São Paulo**

www.sisp.com.br



Parque exibir para comprar e vender

**Começa amanhã**

**24 a 27**

Setembro de 2009

Abertura: 09h

Horário do salão:

Quinta e sexta-feira, das 12h às 21h;

Sábado e domingo, das 10h às 21h.



### As suecas vão invadir a cidade

Uma Prometeia foi tentada só com vendas de Sushis ideadas por garotas. **DEBORA LARTE PÁGINA 10**

### Bancários entram em greve hoje

Paralisação por reajuste salarial e por tempo máximo em greve. **DEBORA LARTE PÁGINA 10**



**Salão Imobiliário São Paulo**

**24 a 27**  
Dezembro de 2009  
Autentico | SP

Revista do salão  
Número para mais: 011 709 44 175  
Salão e divulgação: 011 709 44 175

www.salaoimob.com.br

**SP Destak**

Quinta-feira, 24 de setembro de 2009



## Polícia muda atendimento: só 30 delegacias farão BO à noite

Até fevereiro, 63 dos 93 distritos policiais da capital **deixarão de registrar ocorrências graves** nos dias úteis, entre 20h e 8h, e nos fins de semana e feriados; mudança começa pelas **zonas leste e norte. PÁG. 4**

**Metrô tem manhã de caos com princípio de incêndio na Sé**

**SÃO PAULO PÁGINA 2**

**Vento derruba 50 árvores; chuva segue até amanhã**

**SÃO PAULO PÁGINA 1**



**Palmeiras vence Cruzeiro fora de casa e completa 'rodada perfeita'**

**SÃO PAULO PÁGINA 10**

**SIMÃO**

Para Minc, governador que o insultou precisa "tratar" seu lado gay

**SÃO PAULO PÁGINA 1**

Feirão de casa própria tem juros mais baixos

**SÃO PAULO PÁGINA 10**

Escolas estaduais como adotar 'lei de bias'

**SÃO PAULO PÁGINA 9**

No campo: Roberto Carlos, cantora é rejeita

**Maratona de lazer no Ibirapuera**  
 No domingo, centos de pessoas jogam e correm para aproveitar o parque. **INVESTIMENTO E ARTE** PÁGINA 10

**Loucos por um videogame**  
 Shopping Eldorado recebe visitas de milhares interessados para Mundo de jogos eletrônicos. **REVELAÇÃO E ARTE** PÁGINA 18

**Correios: greve acaba em SP**  
 Após 24 horas de paralisaio em plena capital do país. **BRASIL** PÁGINA 4



# Destak

Revista de notícias, comentários, reportagens e mais

Sexta-feira, 25 de setembro de 2009

## Pela 1ª vez, vacina consegue reduzir transmissão da Aids

Desenvolvida por parceiros como o Exército dos EUA e o laboratório francês Pasteur e testada em 16,4 mil voluntários durante três anos, substância imunizante baniu risco de infecção por HIV em 31%. PÁG. 8

## Superlotado, metrô pode usar barreiras para limitar embarque

SÃO PAULO PÁGINA 7

## Justiça manda Oi identificar autor de e-mail com ofensas

BRASIL PÁGINA 4



Edifício em fase de fogueiro em um apartamento residencial inteiro na cidade de ABC, matando ao menos duas pessoas. PÁG. 3

### SUMÁRIO

Mortes de motociclistas diminuem na cidade; as de pedestres aumentam  
 SÃO PAULO PÁGINA 6

Luciano Huck é primeiro brasileiro a ter 1 milhão de seguidores no Twitter  
 SÃO PAULO PÁGINA 11

Lista de Dengue desfalece Palmeiras e São Paulo por seus rodadas  
 SÃO PAULO PÁGINA 11



Diego Novais, do Palmeiras

**Cinema agora é de brinquedo**  
 Você se lembra de como eram os brinquedos e da sua infância? **PÁGINA 10**

**Sem jogar, Palmeiras vence clássico**  
 O clássico de ontem foi diferente. Sem jogar, o time venceu o clássico. **PÁGINA 9**

**Comitê de São Paulo aprova 2 projetos de lei de incentivo de trabalho. **REPORTAGEM PÁGINA 7****



Segunda-feira, 28 de setembro de 2009

# SP vai mapear violência contra crianças

Casos de **agressão física, negligência, pedofilia** e até falta de vaga em creche na capital terão **registro centralizado em novembro** dos 37 conselhos tutelares paulistanos. alguns chegam a atender até **400 ocorrências** por mês. **PÁG. 2**



**Honduras dá ultimato a Lula e ameaça status da embaixada**  
 HONDURAS PÁGINA 6

**Cientes ganham 86% das ações contra planos de saúde**  
 NOVEMBRO PÁGINA 1

**SUMÁRIO**  
 Frigoríficos brasileiros começam a adotar 'abate humanitário' **PÁGINA 4**

**Cineasta Roman Polanski é preso na Suíça por estupro**  
 2009/09/28 PÁGINA 10

**Button supera Barrichello e pode ser campeão no domingo**  
 2009/09/28 PÁGINA 4

## Prefeitura manda vistoriar todas as lojas de fogos

SÃO PAULO PÁGINA 3

CHEGOU A ÚLTIMA TEMPORADA DE BATTLESTAR GALACTICA. JIM CAWY



### Europa quer baixar volume do mp3

Apresente o seu cartão de cidadão com o símbolo de redução de 50% para 40 decibéis.

PUBLICIDADE



**Chega a São Paulo o Homem Aranha**

VEJA MAIS NA PÁGINA 36

# Destak

Terça-feira, 29 de setembro de 2009

## Ciclovía na Marginal Pinheiros começa a funcionar em 120 dias

Pista exclusiva para bicicletas entre os trilhões do CPTM e a margem do rio ligará a estação de trem Jurubatuba ao parque Villa-Lobos; primeiro trecho tem 14 km e vai até a estação Vila Olímpia. PÁG. 2

### Chuva derruba árvores e faz metrô suspender barreiras na Sé

LEONARDO FALCÃO 7

### Aos 15 anos, 31% dos jovens brasileiros já ficaram bêbados

RENATO FALCÃO 4

### EUA dizem que volta de Zelaya a Honduras foi 'irresponsável'

RENATO FALCÃO 1



### OS VERSOS DE CORA CORALINA

A exposição em homenagem à Língua Portuguesa lembra os 120 anos de nascimento da poeta. Foto: Paulo de Paula. PÁGINA 9

### Friends vira filme e será lançado em 2011

ANDRÉ LARA 12



### Google Maps agora mostra o trânsito em tempo real

LEONARDO FALCÃO 2

### SUMÁRIO

Museu do Futebol completa um ano, e entrada hoje é gratuita

LEONARDO FALCÃO 11

Lula e Obama vão à Disneylândia para decisão da sede da Olimpíada

RENATO FALCÃO 1

Roman Polanski luta contra extradição

RENATO FALCÃO 7



**Todas as Madonnas em pacote de hits**  
 Celebrando o aniversário de 50 anos, a cantora lança o novo álbum, **STAY ILL**.  
**INTERVISTA À ARTISTA**  
**PÁGINA 12**



Novas cantadas no popular vídeo do YouTube

**FIFA**  
**Blatter volta a atacar o Morumbi**  
 Presidente da Fifa, o chefe confunde o público que a Prefeitura de SP a quem chamou novo estádio. **INTERVISTA**  
**PÁGINA 11**



# Destak

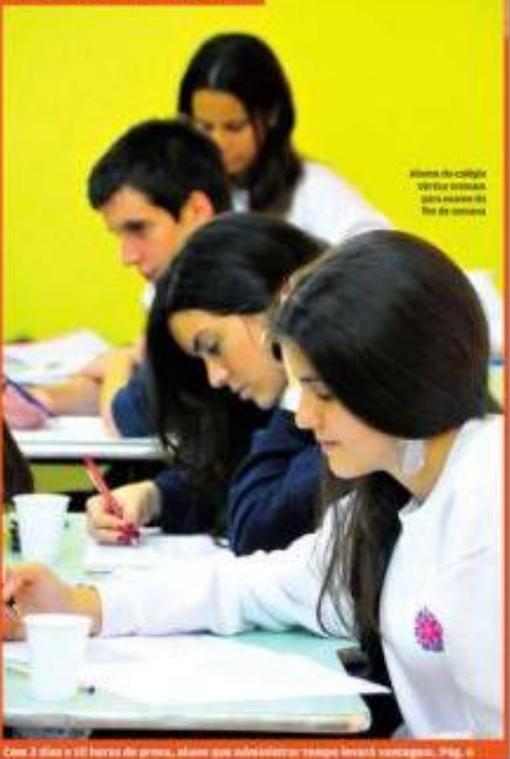


Quarta-feira, 30 de setembro de 2009

## 60% dos donos de carros roubados têm IPVA devolvido

Governo paulista devolveu R\$ 12 milhões a 45 mil contribuintes que tiveram veículos levados por ladrões no ano passado. **PÁG. 4**

### DESAFIO EXTRA NO ENEM



Alunos do colégio Wene estudam para a prova do Enem de matemática

Com 2 dias e 10 horas de greve, alunos que aderiram sempre leram livros. **Pág. 6**

**Lei aprovada na Câmara passa todos os feriados para 2ª-feira**

**ALÍCIO** **PÁGINA 7**

**No 2º dia de teste, Metrô reduz barreiras na estação Sé**

**CLAUDIA** **PÁGINA 7**

**Tsunami mata pelo menos 40 no Pacífico**

**ALÍCIO** **PÁGINA 7**

#### SUMÁRIO

Com fim da greve, Correios reativam hoje os serviços de Sedex

**ALÍCIO** **PÁGINA 5**

Brazil nega avião para Zelaya voltar à Honduras, diz Amorim

**ALÍCIO** **PÁGINA 7**

Mostra gratuita celebra o poeta maldito Paulo Leminski

**INTERVISTA** **PÁGINA 11**

Série I Love Lucy sai em DVD

**INTERVISTA** **PÁGINA 11**

