

O papel do não dito na significação da realidade social: reflexões sobre a violência na Copa

Kamila Bossato Fernandes¹
Universidade Federal do Ceará

Rafael Rodrigues da Costa²
Universidade Federal do Ceará

Resumo

Em uma sociedade midiaticizada, urge compreender os sentidos construídos pelos meios de comunicação, uma vez que eles permeiam e são permeados por interesses nem sempre benéficos à coletividade (FAUSTO NETO, 2008). Durante a Copa do Mundo no Brasil, entre junho e julho de 2014, uma sensação de segurança foi percebida tanto por turistas que visitavam as cidades-sede dos jogos, como pelos moradores dessas localidades (CANTANHEDE, 2014, REMIGIO, 2014). Contudo, ao se deparar com dados da segurança pública, constatou-se que, no período da competição, os números da violência não melhoraram. Em Fortaleza, a quantidade de homicídios aumentou no primeiro semestre de 2014 em relação ao mesmo período de 2013. Em vista de tal disparidade, propomos neste artigo refletir sobre as implicações do que é dito e do que não é dito nos meios de comunicação. Para tanto, verificamos a incidência do tema violência urbana nos telejornais da TV Verdes Mares, de Fortaleza (CE), a partir de uma comparação entre o que foi exibido em uma semana da Copa do Mundo (de 30/6 a 4/7) e um período anterior ao evento (de 19 a 23/5). Apoiamo-nos em pressupostos acerca da produção social da realidade pelos *media*, como a noção de valor-notícia (GOMIS, 2002) e fontes jornalísticas (GOMIS, 2004). O tom (DUARTE, 2007, 2008) assumido por tais produções também é investigado. Foi possível constatar uma inversão dos valores-notícia estabelecidos pelo telejornalismo produzido na emissora, a qual induz a uma percepção positiva da realidade de modo a favorecer o evento esportivo.

Palavras-chave:

Telejornalismo. Copa do Mundo. Violência urbana. Valores-notícia. Efeitos de sentido.

¹ Professora Assistente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. Tutora do Programa de Educação Tutorial da Comunicação Social – UFC.

² Professor Assistente do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará. Doutorando em Linguística pela Universidade Federal do Ceará.

Abstract

In a mediatized society, it is necessary to understand the meanings produced by the media institutions, as they influence and are influenced by interests not always beneficial to the society. During the FIFA World Cup in Brazil, between June and July 2014, a feeling of security was perceived by tourists visiting the cities hosting the games, as well as the residents of these places (CANTANHEDE, 2014, REMÍGIO, 2014). However, when faced with public security data, it was found that in the period of the competition, the statistics of urban violence did not decrease. In fact, in Fortaleza, the number of homicides increased in the first half of 2014 compared to the same period of 2013. Considering this disparity, we propose in this article to reflect on the implications of what is said and what is not said in the media. To do so, we investigated the incidence of urban violence theme in newscasts from TV Verdes Mares, of Fortaleza (Ceará). We did a comparison between what was displayed in one week of the World Cup (from June 30th to July 4th) and a pre-event period (May 19th to May 23th). We rely on assumptions about the social production of reality by the media, as the notion of news-value (GOMIS, 2002) and journalistic sources (GOMIS, 2004). The tone (DUARTE, 2007, 2008) settled by such productions is also investigated. As results, we found that there has been an inversion of news values set by the broadcaster, which induces a positive perception of reality in order to promote the sporting event.

Keywords:

Telejournalism. FIFA World Cup. Urban violence. News values. Meaning effects.

1. Introdução

Não é de hoje que um acontecimento, para existir como parte relevante da realidade social, precisa ser publicizado, ou midiático. Ao se debruçarem sobre o papel dos *media* ao longo da história, Briggs e Burke (2006) relacionam o advento e a popularização de cada meio de comunicação a diferentes eventos históricos mundiais, como guerras e revoluções. Com o advento dos meios de comunicação de massa, no século XX, a dimensão midiática passou a assumir cada vez um espaço mais central na produção e difusão de sentido na sociedade, passando a ditar como cada um de nós deve se vestir, pensar, agir. Tanto que, para os autores dos primeiros estudos comunicacionais, tratava-se de um poder com a força de uma “bala mágica”, capaz de transpor as intenções do produtor ao receptor sem qualquer questionamento (WOLF, 1997). Há muito, a visão desse poder supremo de manipulação foi deixada de lado, a

partir da percepção dos limites da apropriação dos conteúdos midiáticos. Porém, não é possível ignorar o papel dos *media* em uma sociedade em que, cada vez mais, toda etapa da vida social - desde interagir com um colega ou familiares até acessar e compartilhar informações - passa por meios de comunicação.

Orozco Gomez (1997), seguindo a linha dos estudos culturais latino-americanos, considera que não se pode enxergar os meios de difusão modernos apenas como meios.

São linguagens, metáforas, dispositivos tecnológicos, cenários onde se gera, se ganha ou se perde o poder; são mediações e mediadores, lógicas, empresas mercantis, são instrumentos de controle e formação social, e além disso, são dinamizadores culturais e fonte de referentes cotidianos; são educadores, representantes da realidade e são geradores de conhecimento, autoridade e legitimação política³. (OROZCO GOMEZ, 1997, p. 26, trad. livre)

Com um olhar específico para a televisão, Martín-Barbero e Rey (2004) consideram que o fluxo *continuum* deste que ainda segue como o veículo de maior audiência entre o público latino-americano, ao tornar os gêneros indiferentes e ao equivaler os discursos, remete “às sociabilidades cotidianas que o caos urbano suscita, uma vez que, ao mesmo tempo que desagrega a experiência coletiva, impossibilitando o encontro e dissolvendo o indivíduo no mais opaco dos anonimatos, introduz uma nova continuidade: a das redes e dos circuitos, a dos conectados”. (2004, p. 36)

Para Fausto Neto (2008), porém, o novo cenário de difusão e apropriação dos meios, intensificado nos últimos 30 anos, nos leva a uma transformação ainda mais profunda das relações sociais, não se restringindo a mediações. O autor percebe uma fusão entre os referentes sócio-tecnológicos e todas as práticas sociais, constituindo o que ele chama de “cultura da mídia”, na medida em que não se trata de mais uma possibilidade ou variação das vivências sociais, mas a própria organização social que passa a se estabelecer a partir das dinâmicas estabelecidas pelos *media*. Assim, acima de tudo, vivencia-se uma sociedade midiaticizada, sem que se perceba nem se questione, em geral, as limitações impostas por estes mesmos *media*.

Diante de tudo isso, recai sobre a pesquisa em comunicação questionar o sentido produzido pelos meios de comunicação em determinadas situações, de modo a melhor

³ Son lenguajes, metáforas, dispositivos tecnológicos, escenarios donde se genera, se gana o se pierde el poder; son mediaciones y mediadores, lógicas, empresas mercantiles, son instrumentos de control y moldeamiento social, y a la vez, son dinamizadores culturales y fuente de referentes cotidianos; son educadores, representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política.

compreender fenômenos sociais e, a partir disso, suscitar uma crítica a essa difusão, de modo a ampliar as formas de ler e de intervir em práticas que possam gerar o bem comum. Sem qualquer questionamento, muitas vezes interesses privados prevalecem sobre interesses públicos mascarados como demandas sociais.

O período da Copa do Mundo de futebol foi bastante profícuo neste sentido. Campeonato que movimentou bilhões de dólares (só o governo brasileiro investiu 11 bilhões de dólares para a organização do evento⁴), sob os olhos de milhões de telespectadores (apenas no jogo de abertura, 42 milhões de pessoas assistiram ao jogo entre Brasil e Croácia pela TV Globo, segundo dados da Fifa⁵, entidade privada que promove o evento⁶). Os valores multiplicam-se diante da cadeia comercial que se estabeleceu no entorno do evento, com vistas ao turismo, à venda de produtos licenciados, à difusão da imagem dos jogos, jogadores e técnicos, das seleções, constituindo assim uma sucessão de interesses que passava ao largo dos interesses públicos.

Um desses interesses resvala na própria construção da realidade social. Cotidianamente, os *media* abordam casos de violência com grande intensidade ao longo de toda a programação, seja em atrações de cunho fictício, seja em programas informativos. A violência atravessa a narrativa cotidiana das periferias e se estabelece como uma das mais recorrentes faces da rotina de toda grande cidade brasileira. Coincidindo com a sensação de insegurança percebida pela população, como demonstra pesquisa divulgada no início de 2014, realizada pelo Ibope, que mostra que 91% da população de São Paulo acreditam que a cidade é pouco segura - ainda que o local registre uma das mais baixas taxas de homicídio do país⁷. O que não significa que o Brasil não seja de fato inseguro: segundo pesquisa da ONU (Organização das Nações Unidas),

⁴ Segundo matéria da revista Exame, publicada em 13 jul. 2014, no link <http://exame.abril.com.br/brasil/noticias/os-grandes-numeros-da-copa-no-brasil>. Acesso em 16 set. 2014.

⁵ Fédération Internationale de Football Association.

⁶ Disponível em <http://pt.fifa.com/worldcup/news/y=2014/m=6/news=primeiros-jogos-da-copa-do-mundo-quebram-recordes-de-audiencia-2378900.html>. Acesso em 16 set. 2014.

⁷ Reportagem que mostra os dados da pesquisa pode ser vista no link <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2013/01/pesquisa-aponta-sensacao-recorde-de-inseguranca-entre-paulistanos.html>. Acesso em 16 set. 2014.

o país tem 11 das 30 cidades mais violentas do mundo (REMIGIO, 2014). E entre essas cidades estão locais que foram sede de jogos da Copa, como Fortaleza.

Contudo, durante o evento esportivo, essa sensação mudou, como constatou uma das mais importantes colunistas da imprensa do país.

Houve um hiato. Antes da Copa, os brasileiros e a imprensa nacional e parte da internacional relatavam casos horrendos, estatísticas cruéis. Cada um de nós tinha listas de casos de violência do dia, da semana, do mês, da amiga, do vizinho, da mãe, do sobrinho - quando não de nós mesmos. Durante a Copa, silêncio geral (CANTANHEDE, 2014).

E essa sensação não se restringiu à imprensa. Nas redes virtuais, não era incomum ouvir ou ler relatos, durante o evento, com elogios à “segurança padrão Fifa” e à sensação de paz que a realização dos jogos estava trazendo. Porém, quando os números vieram à tona, após a competição, foi possível constatar que nada havia mudado: pelo contrário, ao invés de recrudescer, a violência havia até aumentando em algumas regiões do país, como em Fortaleza, uma das cidades-sede do campeonato. Segundo dados da Secretaria de Segurança Pública do Estado, nos meses de junho e julho de 2014, meses da Copa, houve 697 homicídios no Ceará, número 3,4% maior que o registrado no mesmo período do ano anterior (quando houve 674 mortes violentas)⁸. Por que, então, a população se sentia mais segura?

Uma das respostas possíveis pode estar justamente na atuação dos *media*, em especial da televisão. Para tanto, propomos aqui uma análise da cobertura noticiosa durante o período da Copa no principal veículo de comunicação do Ceará, a TV Verdes Mares, afiliada à TV Globo - e que, por isso, era a principal detentora do direito de transmissão dos jogos da Copa no Estado. Análise de caráter comparativo, com período equivalente anterior à Copa, para buscar padrões de noticiabilidade dos programas informativos desse veículo e possíveis mudanças durante o Mundial de Futebol, expondo-se o que foi dito e o que não foi dito nesse período, com especial atenção às notícias relacionadas à violência.

2. A construção da realidade pelos *media*

É antigo o questionamento sobre como os acontecimentos se transformam em notícia. Ainda no século 17, estudiosos já se preocupavam com aspectos da seleção de informações para

⁸ Dados da Secretaria de Segurança Pública do Estado do Ceará podem ser conferidos no link <http://www.sspds.ce.gov.br/informacaoDetalhada.do?tipoPortal=1&codNoticia=2987&titulo=Indicadores%20Criminais%202013&action=detail>. Acesso em 16 set. 2014.

publicação, tais como a veracidade dos eventos relatados, suas consequências e o impacto que podem obter junto ao meio social (SILVA, 2005). Essas reflexões servem de ponto de partida para o aprofundamento, séculos depois, da compreensão do funcionamento das instituições jornalísticas de feição industrializada.

Estabelece-se, assim, o campo de interesse inicial do chamado *newsmaking* ou construção noticiosa, parte relevante de uma sociologia dos emissores jornalísticos. A conjugação entre os valores profissionais e o modo de organização do trabalho jornalístico produz os chamados critérios de noticiabilidade (*newsworthiness*), isto é, a aptidão de cada fato para ser transformado em notícia. Um fato vai ser considerado jornalístico, portanto, se for visto como tal pelos jornalistas e se cumprir certos requisitos das rotinas de produção. Segundo essa teorização, tudo o que não corresponde a esses critérios é excluído por não ser adequado aos cânones da cultura profissional e às exigências das rotinas produtivas (WOLF, 2009).

Silva (2005) distingue três grupos de componentes da chamada noticiabilidade: a) elementos por meio dos quais a empresa jornalística controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimentos noticiados; b) elementos intrínsecos que demonstram a aptidão ou potencial de um evento para ser transformado em notícia; e c) questões ético-epistemológicas do próprio jornalismo incidentes sobre o fenômeno. A partir de uma exploração diacrônica do conceito de valor-notícia, Silva (2005) chega a 12 elencos listados por diferentes estudiosos. Em comum à maioria dos grupos de valores-notícia apresentados, aparecem *novidade/ineditismo* e *importância/interesse*, o que indica serem esses os valores mais recorrentes dentre aqueles enunciados para justificar a publicação de notícias.

Em relação ao eixo importância/interesse, Gomis (2002) distingue o *importante* como o tipo de informação que todos precisam saber; já o *interessante* consiste numa informação que o público gostaria de saber, uma informação agradável de se conhecer. Os dois conceitos, segundo o autor, “cobrem todo campo de valores-notícia” (p. 226). Esses seriam, assim, macrovalores notícia capazes de reger os demais. Como aponta Silva (2005), os valores-notícia são entendidos concomitantemente como causa e consequência da seleção de notícias.

Assume-se, neste trabalho, que a noticiabilidade dos acontecimentos ligados à Copa é um fator que agencia a construção discursiva dos telejornais analisados - e mais do que isso, é à custa do que não é noticiado que se estabelecem os sentidos ofertados ao público. Esse agenciamento parece se orientar pela lógica da assunção de valores-notícia de referência

(GUERRA, 2003), isto é, aqueles que para a organização jornalística são mais relevantes, seja pelo prisma das demandas institucionais, seja pelo que se presume ser a expectativa da audiência. Ainda que estas escolhas não contemplem outros acontecimentos que, rotineiramente, são os que dominam a pauta desses mesmos telejornais.

3. Efeitos de sentido no telejornalismo

Não é difícil concordar com a ideia de que a tessitura social é produzida ou afirmada por meio da circulação de discursos. A esse respeito, é sintomático o fenômeno da midiaticização, bem como o da fixação de valores-notícia pelos produtores de notícias, já referidos em momentos anteriores deste trabalho. Nessa visada semiótica acerca das significações produzidas socialmente, são sobremaneira relevantes as tentativas de compreender as estratégias e os padrões de textualização que presidem tais processos. Uma das noções mais produtivas nesse âmbito é a de gênero textual/discursivo, que vem sendo abraçada, em diferentes contextos, por estudiosos de múltiplas origens (ARISTÓTELES, 1979; BAKHTIN, 2006 [1929]; MARCUSCHI, 2002; KRESS, 2010, entre outros).

Sem a pretensão de esgotar esse campo vasto e aberto de estudos, limitamo-nos a apresentar apontamentos sobre como a ideia de gênero pode servir de ponto de partida para a apreensão de uma textualidade televisiva (DUARTE, 2004). Conforme definidos em Aristóteles, gêneros podem ser entendidos como classes de discursos que serviam, cada uma, a fins retóricos distintos. Além do caráter precursor, a contribuição de Aristóteles ao estudo dos gêneros está, entre outras coisas, em perceber essa categoria como baliza para o estabelecimento de pontos-de-vista e lugares de fala inscritos nos discursos, antecipando em alguns milhares de anos as discussões contemporâneas sobre as relações entre linguagem e sociedade. Essa tipificação abre espaço para uma compreensão do gênero como um dispositivo capaz de nos falar acerca da relativa estabilidade de enunciados recorrentes, que por sua vez cristalizam práticas socioculturais minimamente consagradas - ou, em muitos casos, regulam e constroem essas mesmas práticas. Em se tratando de práticas midiáticas, os gêneros funcionam tanto como essa espécie de espelho que refrata os estados de coisas e objetos do mundo, mas também como uma garantia institucional de que os bens simbólicos serão reconhecidos e fruídos a partir de uma determinada lógica, instituindo um certo quadro de afetos, apropriações e operações cognitivas variáveis conforme o gênero em questão.

É ilustrativa, a esse respeito, a concepção de gênero como instância de mediação entre as lógicas da produção e do consumo, defendida em Martín-Barbero (1997). O modo de funcionamento dessas diferentes instâncias molda os formatos assumidos pelas produções televisivas, foco da reflexão desse autor. Jost (2004) caminha em direção semelhante ao afirmar que os gêneros podem surgir de instâncias diversas, inclusive aquelas situadas fora da mídia, validando a ideia de que as práticas discursivas se entremeiam às práticas sociais, assim como emissão e recepção se relacionariam de maneira simbiótica.

Nas suas nuances, os gêneros estabelecem interlocuções possíveis com seus destinatários. Um dos elementos que podem ser considerados nesse sentido é o tom, definido por Duarte (2007) como um dispositivo sintático-semântico que conforma um ponto de vista ou ancoragem a partir do qual um discurso pretende ser reconhecido. Nesse sentido, a noção de tom suplanta o sentido comumente a ela associada em outros contextos, como o presente em linguagens isoladas – sai-se do plano da expressão em direção ao plano do conteúdo, em função da complexidade do produto televisual. A autora ressalta que o tom difere dos mecanismos de modalização e sensibilização passional, bem como da força ilusionária ou perlocucionária que se possa atribuir aos enunciados.

Em geral, nos telejornais, um tom principal é acionado, podendo se somar a tons secundários. A definição desse tom é responsabilidade da instância televisual e se dirige ao meio social, buscando a adesão de um interlocutor, que reconhece no produto televisivo o cumprimento de certas promessas pragmáticas (JOST, 2004). O tom se orienta por um feixe de relações representado por uma tentativa de harmonizar o tema da emissão, o gênero e o subgênero do programa, o público a que se destina e o tipo de interação que pretende manter com ele. Duarte defende que cada subgênero televisual atualize um certo tipo de tom ou combinatória tonal, com o fito de controlar o discurso e sua aleatoriedade. Como os produtos televisuais evidenciam seus tons de forma difusa e dissipada, é necessário, ainda conforme a autora, perscrutar "o texto em busca desses elementos que sustentem sua manifestação" (DUARTE, 2007, p. 48).

As emissões televisuais se orientariam em função de uma categoria fundamental de tom, a saber, a disposição. Esta, por sua vez, se estrutura a partir de dois eixos opostos, sobriedade e ludicidade (DUARTE, 2008). Contudo, em relação aos telejornais, a autora assinala que o tom

principal perseguido é o de seriedade, ao qual se agregam tons complementares como formalidade, neutralidade, contração e profundidade.

Neste trabalho, apresentamos a suposição de que os tons televisuais consubstanciam escolhas de construção noticiosa (*newsmaking*), possuindo relação próxima com os valores-notícia observáveis no conteúdo dos produtos jornalísticos. No caso em tela, o tom e os valores-notícia serviriam como chaves interpretativas a partir das quais se pode compreender um certo tipo de enquadramento do tema Copa do Mundo nas matérias da TV Verdes Mares.

4. Metodologia

Para este trabalho, foram analisadas transmissões dos três telejornais da grade da TV Verdes Mares, afiliada à TV Globo no Ceará, em dois momentos distintos: um anterior à Copa do Mundo, na semana de 19 a 23 de maio de 2014 – período escolhido aleatoriamente, tendo como critério que fosse uma semana comum –, e outro durante a Copa, na semana de 30 de junho a 4 de julho de 2014. Os três telejornais em questão são o Bom Dia Ceará, que vai ao ar de segunda a sexta-feira, das 6h30 às 7h30; CETV 1ª Edição, no ar das 12h às 12h45, de segunda a sábado, e o CETV 2ª Edição, com transmissão das 19h15 às 19h30, também de segunda a sábado. No período da Copa, contudo, o CETV 2ª Edição foi encurtado, com veiculação de 5 a 10 minutos diárias, por causa dos jogos.

Outro elemento a ser levado em conta para esta análise é que as matérias foram acessadas no site de notícias da emissora, em que os vídeos são disponibilizados de forma avulsa, e não o telejornal completo. Com isso, não é possível estabelecer em que ordem as matérias foram veiculadas, nem dispor de outros elementos que compõem o telejornal, como notas peladas. Assim, o delineamento de uma tonalização da emissão restringe-se ao que se pode verificar nos gêneros notícia/reportagem, matéria-prima básica dos telejornais.

O levantamento, assim, teve como intuito primeiro enumerar as matérias veiculadas em cada dia, em cada telejornal, a partir do tema tratado. Considera-se, para isso, como os valores-notícias dessas reportagens correspondem à divisão fundamental entre importante e interessante (GOMIS, 2002). Em um segundo momento, foi possível estabelecer um quadro com esses vídeos, dividindo-os a partir do teor de cada matéria, se de caráter negativo (reportagens que tratassem de acontecimentos problemáticos ou críticos, como situações de violência, denúncias de problemas urbanos, sociais ou ambientais, piora em indicadores, acidentes e qualquer tipo

de conflito) ou de caráter positivo (notícias relacionadas a eventos, oferta de serviços públicos, agenda cultural, esportes). Importante ressaltar que tal divisão se deu especificamente a partir do tema da reportagem, e não do seu teor integral. Essa decisão metodológica se deu levando em conta as considerações de Van Dijk (1990) sobre uma das principais características do discurso jornalístico, de trazer, logo em seu título, elementos que permitem a identificação de um tema, como elemento que situa macroproposições, possibilitando que o leitor, ou a audiência – no caso do telejornalismo –, construa determinadas expectativas em relação àquele enunciado, de acordo com seus valores e conhecimentos do mundo.

Duarte (2007) também observa que a temática de uma emissão é capaz de apontar que proposições em nível de conteúdo estão expressas por tal fragmento. Esses dados quantitativos, porém, servirão apenas como ponto de partida. Em seguida, partimos para uma análise qualitativa de tal modo a visibilizar os critérios de noticiabilidade que prevaleceram na seleção das notícias e a tonalização dada a esses telejornais, de acordo com cada momento proposto, para, aí sim, ser possível visualizar o sentido produzido por essas escolhas, tanto temáticas como tonais, a partir do que foi dito e do que não foi dito nas transmissões em questão.

5. Análise de dados

5.1 Teor das matérias

De acordo com os temas levantados, na semana de 19 a 23 de maio de 2014, os telejornais da TV Verdes Mares apresentaram a seguinte relação entre matérias com temas tidos como positivos e negativos:

	Bom Dia Ceará	CETV 1ª Edição	CETV 2ª Edição
Positivas	35	16	10
Negativas	20	21	20

Nota-se que o telejornal de maior extensão, Bom Dia Ceará, com uma hora de duração é, o que apresenta o maior número de matérias de tema positivo, o que é explicado por uma de suas características, de abrir um grande espaço para o chamado jornalismo de serviço (ou, para

alguns autores, jornalismo cidadão), com o anúncio de serviços públicos à população e notícias que informam sobre trânsito e aspectos relacionados à saúde e à educação. Já as duas edições do CETV se caracterizam por uma quantidade maior de matérias de cunho negativo, que vão desde a denúncia de problemas urbanos em bairros, ou queda de índices educacionais ou econômicos, até matérias relacionadas à segurança pública. Só nessa semana, no CETV 1ª Edição, foram sete matérias que enunciavam crimes; no CETV 2ª Edição, foram seis que relatavam algum tipo de violência provocada por um crime. No Bom Dia Ceará, também foram veiculadas sete matérias com relatos sobre violência nessa mesma semana.

Abaixo, os dados levantados a partir das transmissões realizadas no período de 30 de junho a 4 de julho de 2014, durante a Copa do Mundo:

	Bom Dia Ceará	CETV 1ª Edição	CETV 2ª Edição
Positivas	42	37	17
Negativas	8	3	4

O desequilíbrio entre temas tidos como positivos e negativos nesta semana é evidenciado nas tabelas. Especialmente no CETV 1ª Edição, praticamente deixou-se de lado as matérias de cunho negativo, preponderantes na semana de 19 a 23 de maio. Em seu lugar, vídeos sobre a Copa, inclusive sobre os jogos (resultados e preparativos das equipes), mas sobretudo sobre como a cidade de Fortaleza estava se preparando para o próximo jogo, ou como os torcedores estavam fazendo para comemorar ou para comprar ingressos para assistir ao jogo do Brasil, e ainda histórias de torcedores apresentados como especiais, por algum tipo de esforço realizado para comparecer ao evento. Também houve espaço para matérias relacionadas a ganhos financeiros com a Copa e sobre turismo. As exceções foram matérias relatando um caso de violência envolvendo torcedores mexicanos e dois crimes que envolviam policiais. Problemas urbanos nos bairros, indicadores socioeconômicos negativos, falhas na saúde pública, ineficiência de serviços públicos ou privados – nada disso foi relatado durante toda esta semana nos três telejornais estudados.

Especificamente sobre violência, além de não haver relatos sobre crimes no mesmo volume que em edições regulares, durante esta semana da Copa foram veiculadas matérias sobre iniciativas do governo para reforçar a segurança pública, como a que foi ao ar no Bom Dia Ceará no dia 1º de julho, mostrando que o Corpo de Bombeiros havia sido acionado para aumentar o efetivo policial, com um viés positivo.

5.2 Critérios de noticiabilidade

Do ponto de vista da noticiabilidade, percebe-se, no *corpus* coletado, a prevalência dos valores-notícia de referência, conforme definidos por Guerra (2003). Sobressaem as reportagens que evidenciam algum tipo de vinculação aos interesses da empresa jornalística nos dois momentos. No primeiro, a prevalência de notícias relacionadas à violência reforça a função social do jornalismo de TV que, acredita-se, é esperada pelo público, ao expor situações críticas e violentas como forma de cobrar soluções - o jornalismo, assim, se estabelecendo como os olhos da sociedade perante o poder público, servindo de mediador dos problemas e até parte das soluções, o que é reforçado pelas reportagens de serviço (inclusive as de cunho positivo).

Já no período da Copa, sobressaíram os interesses privados da empresa de comunicação - como foi dito, a TV Verdes Mares, afiliada à TV Globo, era a principal emissora no Ceará a deter o direito de transmissão dos jogos da Copa do Mundo, o que favorecia diretamente a captação de publicidade ao longo do evento (os valores envolvidos não foram divulgados). Com jogos durante todo o dia, a grade de programação da emissora - o que inclui os programas de caráter jornalístico - foi diretamente envolvida com a cobertura do evento esportivo, com o propósito de demonstrar o quanto estava sendo positivo, um sucesso. Mais do que isso: ao omitir quaisquer outros problemas que envolvessem a cidade e a sociedade naquele momento, a TV produziu um ambiente ainda mais favorável a uma percepção positiva de todo o evento, como algo que, além de propiciar diversão e bons negócios, favoreceu o bem estar de toda a população. Essa percepção é possível especialmente pela oscilação entre as notícias pertencentes ao polo do importante para o do interessante, de acordo com os prefeitos defendidos por Gomis (2002), quando comparamos os dois períodos. No primeiro momento, prevalecem as de “importantes”, já que grande parte das matérias de cunho negativo traziam denúncias e avaliações críticas de serviços públicos, como a exibida em 20 de maio, no Bom Dia Brasil, que mostrava que o município de Morrinhos possuía apenas uma ambulância, ou

uma matéria exibida no dia 21 de maio, no CETV 1ª Edição, que mostrava a situação de abandono de um dos bairros da capital.

Durante a Copa, com a omissão desse tipo de matéria, ganharam espaço vídeos que enfatizavam narrativas (*storytelling*, nas palavras de Ekström, 2000), com predomínio das histórias que enalteciam algum tipo de ação em prol do evento esportivo. Alguns exemplos: o caso da família cearense que mostrou “exemplo de cidadania” ao devolver pertences de um torcedor estrangeiro, exibida no dia 1º de julho, no CETV 1ª Edição; a iniciativa de moradores do entorno do estádio do Castelão que estavam faturando “renda extra” com os jogos, que foi ao ar no CETV 2ª Edição do dia 2 de julho; e a história do torcedor amazonense que mantinha a tradição de viajar para acompanhar jogos da Copa, veiculada no dia 3 de julho, no Bom Dia Ceará. Nesse sentido, o período da Copa do Mundo acabou por suscitar reportagens que convocam valores-notícia como raridade (incomum, inusitado), surpresa (inesperado) e tragédia/drama, sobremaneira nos aspectos emoção e interesse humano, havendo diminuição drásticas do item violência.

Como visto, os dados também apontam para uma tendência mais global dos noticiários telegenéricos: sua aproximação com o infoentretenimento, isto é, a construção de narrativas mais palatáveis e espetacularizadas (SILVA, 2008). Numa acepção mais precisa, pode-se relacionar uma parte considerável das reportagens consideradas para análise às categorias de narrativas (*storytelling*) e de atrações elencadas por Ekström (2000) em sua caracterização dos modos de comunicação televisiva. Para o autor, melhor do que falar da união entre informação e entretenimento como dois polos opostos, é mais preciso estabelecer, como categorias de análise, três estratégias comunicativas que vêm sendo empregadas na produção televisiva, dos mais diversos gêneros: informação, *storytelling* e atração. Três modos que não necessariamente surgem puros na programação: estes se misturam em diferentes graus, na busca por constituir produções que atraiam os olhares do público. Assim, uma situação que, no cotidiano, dificilmente seria considerada notícia, como a relação afetiva entre uma cearense e um colombiano, vira foco de uma matéria de TV, ao se abordar como estava a expectativa de ambos para o jogo entre as seleções do Brasil e da Colômbia, que iria se realizar em Fortaleza, como mostrou o Bom Dia Ceará do dia 3 de julho. Mais do que um fato relevante socialmente, prevaleceu, ao se selecionar este episódio para integrar o telejornal matutino, a história de vida, a emoção e a tensão que poderia envolver o casal, ainda que este não fosse formado por celebridades.

5.3 Tonalização

Em períodos ordinários, os três telejornais da TV Verdes Mares seguem rotineiramente um tom tradicional em sua composição, de sobriedade, em primeiro plano, em que os apresentadores desenvolvem performances contidas, sérios, com um espaço curto para o tom lúdico - envolvendo sorrisos e comentários amenos - restrito apenas a pautas específicas, como esportes e cultura. A sobriedade imposta à maior parte da emissão integra o padrão adotado pelos demais telejornais nacionais - marcadamente os da Rede Globo usam esse tom em larga escala -, como forma de enfatizar a seriedade e a credibilidade de sua produção, agregando confiabilidade ao que se diz. Não foi o verificado, porém, no período da Copa. Na semana analisada, houve o predomínio de reportagens com a tonalização lúdica. Como exemplos, matéria que mostrava que garçons faziam “até mímica” para atender os turistas estrangeiros, exibida em 1º de julho no CETV 1ª Edição; outra que afirmava que os visitantes estrangeiros “descobriram” que o melhor do Ceará é o cearense, que foi ao ar nesse mesmo dia, no mesmo telejornal; e ainda matéria que mostrava a comemoração de torcedores holandeses com a vitória da seleção de seu país, exibida em 30 de junho, no Bom Dia Ceará.

A partir de uma temática positiva, que enaltecia a celebração propiciada pelo evento esportivo, o tom da apresentação do telejornal também se diferenciou do padrão, adotando, para tanto, uma performance também mais informal, envolta a sorrisos. Um exemplo pôde ser visto no dia 30 de junho, quando o CETV 1ª Edição, ao invés de começar com sua vinheta tradicional de abertura, foi iniciado com uma sequência de imagens da torcida brasileira, durante vitória da seleção no estádio do Castelão, no final de semana anterior. As imagens foram lançadas como em um clipe musical, selecionando apenas momentos alegres, em que o público comemorava ou acenava alegremente. Na sequência, apareceu a apresentadora do telejornal, em pé, gesticulando bastante - em gestos bem menos regrados do que os costumeiros -, seguindo em direção ao telão onde aparecia, também sorrindo, uma repórter que falaria, em seguida, cercada de mais torcedores. O tema era o comportamento da torcida brasileira, entusiasmada com a competição.

6. Considerações finais

Como visto, a Copa do Mundo ensejou um reposicionamento dos critérios de noticiabilidade empregados com mais frequência pelos telejornais da TV Verdes Mares,

privilegiando uma pauta de interesses da instituição e de outras instâncias privadas, em detrimento do que vinha sendo considerado de interesse público.

Tais reflexos dos padrões de noticiabilidade se fazem evidentes especialmente nos tons assumidos por diversas reportagens e da própria apresentação do telejornal, os quais compuseram o corpus coletado durante o evento esportivo, que oscilam claramente em direção ao lúdico – aproximando o programa informativo do entretenimento, a partir da opção por contar histórias e enfatizar a emoção e o incomum – o interessante. Diante dessa ambientação, mesmo assuntos relacionados à violência, antes situadas em primeiro plano nos três telejornais da TV Verdes Mares – mas especialmente no telejornal noturno, CETV 2ª Edição, perde espaço, deixa, momentaneamente, de ser notícia.

O que não é dito, assim, é assumido como não-existente, na perspectiva de um tempo-espaço construído nos telejornais, o que é reconhecido pelo público a partir de um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2006) previamente estabelecido - e não desfeito explicitamente durante essas transmissões. Ainda que, no mundo “real”, a incidência de casos de violência não tenha caído, como demonstra a estatística.

Referências bibliográficas

- ARISTÓTELES. **Arte Retórica e Arte Poética**. Rio de Janeiro: Editora Ediouro - Tecnoprint, 1979.
- BAKHTIN, M. **Estética da Criação Verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2006.
- BRIGGS, A., BURKE, P. **Uma História Social da Mídia - De Gutenberg a Internet**. Trad. Maria Carmelita Padua Dias. Rio de Janeiro, Zahar Editora, 2006.
- CANTANHEDE, E. Pega ladrão. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 22 jul. 2014. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/elianecantanhede/2014/07/1489335-pega-ladrao.shtml>. Acesso em 30 jun. 2014.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo, Contexto, 2006.
- DUARTE, E. B. **Televisão - ensaios metodológicos**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2004.
- _____. Telejornais - incidências do tempo sobre o tom. In DUARTE, E. B.; CASTRO, M. D. **Comunicação Audiovisual - Gêneros e formatos**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.
- ËKSTROM, M. Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication. In **Media, Culture & Society**, Sage Publications, London, Thousand Oaks and New Delhi, Vol. 22, 465-492, 2000.

FAUSTO NETO, A. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Matrizes**, nº 2, abril de 2008, pp. 89-105.

GOMIS, L. Do importante ao interessante: ensaio sobre critérios para a noticiabilidade no jornalismo. **Pauta Geral**, Salvador, n. 9, p. 225-242, 2002.

GUERRA, J. **O percurso interpretativo da produção da notícia**. Salvador, UFBA, 2003. Tese (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia).

JOST, F. **Seis Lições sobre Televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

KRESS, G. **Multimodality - a social semiotic approach to contemporary communication**. Londres: Routledge, 2010.

MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. In DIONISIO, A. P., et al, **Gêneros textuais & ensino**. Rio de Janeiro, Lucerna, 2002. pp. 19-36.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Os Exercícios do Ver**. 2ª ed. São Paulo, Editora Senac São Paulo, 2004.

OROZCO GOMEZ, G. Medios, audiencias y mediaciones. El reto de conocer para transformar. In **Comunicar - Revista de Educacion en Medios de Comunicación**. Andalucía: Grupo Comunicar; n. 8, mar. 1997.

REMIGIO, M. Brasil tem 11 das 30 cidades mais violentas do mundo, diz ONU. **O Globo**. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/brasil-tem-11-das-30-cidades-mais-violentas-do-mundo-diz-onu-12151395>. Acesso em 15 jun. 2014.

SILVA, F. M. A não-notícia, um produto do infoentretenimento. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Ano V, nº 1, pp. 99-108, jan/jun. 2008.

SILVA, G. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Vol. II, nº 1, 1º sem. 2005.

VAN DIJK, T. A. **La Noticia como Discurso - Comprensión, estructura y producción de la información**. Trad. Guillermo Gal. Barcelona, Editora Paidós, 1990.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2009.