Gêneros Jornalísticos e a organização da realidade: O jornalismo no agendamento da violência urbana[1]

Ana Carolina Rocha Pessôa Temer[2]
Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás.

Resumo
Este trabalho é parte de uma reflexão sobre Comunicação, Jornalismo e Gêneros, desenvolvida dentro do Projeto Rupturas Metodológicas, inserido no Procad/Casadinho UFG/UFRJ. O foco da análise é cobertura telejornalística do telejornal *Bom Dia Brasil*, da Rede Globo de Televisão, durante o surto de violência ocorrido em São Paulo nos meses de outubro e início de novembro de 2012. A fundamentação teórica inclui reflexões sobre o que é o jornalismo e sua concepção enquanto *serviço ao público*, além de análises sobre o significado e a utilização do conceito de gênero jornalísticos, buscando entender como ocorre a sua articulação no interior do telejornalismo. Conclui-se que o uso dos gêneros é uma forma estratégica a exposição das informações que resulta também em uma forma estratégica de organização da realidade.

Palavras-chave
Jornalismo; Gêneros Jornalísticos; Organização da Realidade; Telejornalismo

.

A natureza do jornalismo

O jornalismo é um código que se estabelece a partir do domínio de outros códigos. Ou seja, o jornalismo é uma forma de representação do mundo, estruturado a partir do uso predominante de uma linguagem verbal, mas também de outras linguagens (como é o caso do uso das imagens no telejornalismo), estruturados a partir de uma base aparentemente lógica, que ordena e hierarquiza a percepção do mundo. Desta forma, o jornalismo é algo mais do que um "texto" escrito a partir de um código linguístico, é uma linguagem em si mesma, definida pela exposição das manchetes, pela formatação das páginas no jornalismo impresso ou pelo modelos/entonações e formatos d narrativas, cuja capacidade de entendimento/decodificação torna perceptível parar os receptores (mesmo para aqueles sem o completo domínio da língua utilizada no jornal, telejornal ou radiojornal) um painel ou

[1] Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos, XIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Professora do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia – FACOMB, da Universidade Federal de Goiás. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Diretora Regional Centro Oeste da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Coordenadora do GT Estudios de Periodismo da ALAIC – Asociación Latinoamericana de Investigadores de La Comunicación. e-mail: anacarolina.temer@gmail.com

mapa da organização social sofisticada na qual está inserido: as sociedades complexas características da "modernidade".

No entanto, compreender o jornalismo exige ir além seu caráter duplamente codificado, entendendo-o como um mecanismo de sistema social burguês e capitalista, em uma relação na qual o "*loccus*" privilegiado é o espaço urbano. A imprensa se consolida a partir da formação/consolidação da cidade ocidental moderna – local do comércio, das trocas, espaço de convivência de m indivíduos de diferentes classes sociais e oriundos de diferentes comunidades; mas também, como bem disse Park, laboratório social[3] privilegiado onde diferentes tipos de interações sociais se sobrepõem em ritmo acelerado, forçando constantes mudanças.

Inserida neste contexto, a imprensa é constituída como empresa, cujo objetivo (o lucro) se realiza por meio da conquista da atenção do grande público. Cabe a imprensa, portanto, oferecer-se como um produto necessário e importante para a vida e para os negócios. Para ser um produto atraente, a imprensa trabalha a partir da exposição de uma pluralidade de assuntos e opiniões (enfoques?), proporcionando ao receptor uma falsa sensação de que desfruta de um amplo acesso a informação e dos benefícios resultantes da liberdade de expressão. Enquanto empresa, sua fundação e sobrevivência estão atadas a um modelo de sociedade que pensa a tecnologia como forma de regulamentar a relação homem-natureza, ou, em termos mais amplos, de dominação da natureza. Atada a esse modelo, a imprensa também está fundamentada na necessidade de imiscuir no processo produtivo maquinário e ou/ tecnologia avançados que, ao mesmo tempo em que possibilita a produção material a um baixo custo, também exclui dos processos produtivos grupos e indivíduos que não tem acesso aos recursos econômicos necessários para a aquisição do maquinário/tecnologia.

No entanto, ainda que o material jornalístico – o produto do jornalismo, a notícia, a reportagem, e mesmos os espaços para o jornalismo opinativo -, seja a informação transformada em mercadoria, com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais, a imprensa também é situação de "porta-voz" da modernidade e do progresso, da cidadania (conceito intimamente ligado à ideia da *polis*) e da democracia.

[3] O termo é usado por Robert Ezra Park (1987), nos estudos desenvolvidos no que na 'Primeira Escola de Chicago', que vigorou entre 1915 e 1940.

Neste sentido, o jornalismo é uma atividade na qual se expõe uma pluralidade de opinião, mas que também controla, a partir de seus interesse (imediatos, a médio ou longo prazo, evidentes ou subjetivos, mas sempre estratégicos) o material exposto.

Além disso, o jornalismo não detém a capacidade mágica de mostrar a totalidade da verdade[4] ou "os fatos de todos os ângulos". A complexidade da produção jornalística empresarial – a quantidade e a qualificação específica do material a ser produzido – limita as possibilidades da pluralidade do material exposto.

Ainda assim, o jornalismo tem uma relação atávica com a verdade, ou com a exposição de "fatos verdadeiros". A verdade existe no jornalismo como meta desejada, e o seu inverso – a mentira, a fantasia, a invenção – é a negação da função definidora do próprio jornalismo. A credibilidade - qualidade atribuída aos veículos jornalísticos a partir do compromisso com a realidade/verdade – *é o capital simbólico do jornalismo* (SODRÉ: 2009, p. 42). Desta forma, mesmo que o conteúdo da impressa não seja a realidade em si, o compromisso com "a verdade" é o ponto central da atividade jornalística e o elemento meio do qual o jornalismo se autolegitima.

Juntamente com o compromisso com a verdade e/ou com a representação da realidade, o jornalismo é marcado também pela noção de serviço público. Essa relação é tão forte que é usada para legitimar a profissão e está de tal forma associado a ao jornalismo que fundamenta os aspectos deontológicos que regulam a prática profissional e interfere diretamente na formação acadêmica dos futuros profissionais.[5]

Especificamente sobre a questão do jornalismo enquanto serviço público, aspectos da nossa história política e social do Brasil, configurou um panorama no qual o jornalismo se posicionou no imaginário social como "último bastião de defesa os interesses da população", assumindo como obrigação primeira a denúncia de atos ilícitos ou moralmente condenáveis.

De fato, o jornalismo tem uma tradição investigativa que justifica essa abordagem, mas os aspectos peculiares que fomentam entre os produtores do jornalismo – com claras repercussões entre os receptores, que respondem com maior intensidade aos temas ligados a violência e a corrupção – levou o jornalismo a atuar como porta voz das mazelas sociais..

[4] Um exemplo dessa apologia está no uso do slogan "Nada mais que a verdade", pelo jornal *Notícias Populares*, que circulou em São Paulo entre outubro de 1963 e janeiro de 2000.

[5] Não é objetivo aqui debater a questão da exigência ou não do diploma para o exercício profissional do jornalismo. Entende-se, no entanto, que os estudos com caráter científico sobre jornalismo no Brasil estão implicitamente ligados aos cursos que promovem a formação do Bacharel em Jornalismo.

No Brasil, os vínculos do jornalismo com a burguesia empresarial, seu aspecto de negócio voltado para o lucro e sua ligação com o capital, leva igualmente a um vínculo com os interesses das grandes empresas, o que, na prática, representa uma defesa da economia privada. A representação da gestão do Estado, no entanto, não recebe o mesmo tratamento: em geral o Estado é apresentado como moroso e ineficiente ou incapaz de gerir seus recursos: "A dificuldade de gestar o coletivo é traço desde muito apontado em nossa sociedade" (RIBEIRO: 2000, p.99).

Enquanto os elementos citados definem o caráter do jornalismo, seu funcionamento e formato, passa também pela definição dos os elementos práticos que o caracterizam: o jornalismo é um processo social que se articula na relação periódica e oportuna entre organizações formais – editoras e emissoras – e coletividades – públicos receptores – por meio de canais de difusão (televisão, jornal, revista, rádio, etc.), em um processo que envolve a articulação do individual e o universal, ou a ação humana e o seu significado social.

Segundo Otto Groth, a totalidade jornalística está contida em quatro aspectos: a atualidade, a difusão publica, a universalidade e a periodicidade (In TEMER: 2013). Em princípio, a atualidade refere-se a fatos/acontecimentos novos, que tenham como referência o dia-a-dia, o cotidiano das pessoas.. A questão da atualidade é definida intersubjetivamente pelo ritmo de vida própria sociedade, mas também tem um *vínculo com o cotidiano*, pois diz respeito ao que está próximo ao momento em que o indivíduo vive a sua própria existência: é a vida que está sendo vivida naquele momento.

A atualidade é tão importante que eventualmente quebra outro valor jornalístico, a periodicidade. Particularmente nos veículos eletrônicos as possibilidades técnicas fazem que notícias particularmente importantes sejam anunciadas fora dos espaços para o telejornal, e dependendo de sua articulação com outros fatores que serão analisados em seguida (a universalidade e o interesse coletivo) pode sobrepor-se a periodicidade – da qual falaremos a seguir - gerando edições extras no jornalismo impresso, boletins especiais ou as transmissões ao vivo fora do espaço do radiojornalismo ou telejornalismo.

Outro elemento definidor do jornalismo é a difusão coletiva, fator que diz respeito aos conteúdos que se tornam "públicos", ou adquirem existência pública fora da estância na qual ocorreram/aconteceram. Abrangência ou difusão coletiva diz respeito a difundir um fato para um maior número possível de indivíduos, mas é também ter a consciência de que grande número de pessoas conhece o mesmo fato, pois teve acesso à mesma informação. A

força da difusão coletiva aparece em vários momentos, impulsionando reações sociais de diferentes tipos (manifestações, protestos, movimentos de caráter civil, etc.), mas também tem como efeito colateral a formação da agenda interpessoal de indivíduos ou grupos (Teoria da Agenda), além de contribuir para a tematização[6]. Ou seja, a difusão coletiva interfere na capacidade dos indivíduos e grupos em formar agendas a partir de experiências diretas e de dos temas que são do seu interesse.

Uma vez que jornalismo diz respeito à vida – e a vida inclui um grande conjunto de conhecimentos; outro elemento definidos do jornalismo é a Universalidade, termo que remete a amplitude de temas e assuntos. Universalidade significa que o jornalismo está atento aos fatos do mundo, e que nada está além do seu olhar, que engloba e dialoga com todo o acervo de conhecimentos de todas as todas as áreas do saber humano. A universalidade, portanto, significa que o jornalismo se desenvolve a partir da compreensão do mundo (o mundo físico da natureza, mas também a sociedade, a cultura, o mundo subjetivo dos temores e desejos, etc.) no qual a humanidade se move. Ainda que cada jornal se proponha a cobrir um universo (são temáticos ou direcionados a certo tipo de assunto ou de público alvo potencial), e na prática a universalidade tenha fronteiras determinadas pelos aspectos práticos (como, entre outros, os ganhos publicitários) a tendência do jornalismo é sempre forçar essas fronteiras. Uma vez que é determinado pela universalidade, todo jornal busca alcançar todos os possíveis leitores, mesmo que esse público possível seja determinado geograficamente, localmente, politicamente, socialmente, etc.

Periodicidade jornalística é intervalo de tempo (regularidade ou frequência) que separam as edições de um veículo. A periodicidade impõe a cada veículo um *dead line*[7], obrigando o jornalismo a trabalhar a partir de critérios organizados de busca, seleção e organização das informações, de tal forma que, a cada nova edição exista uma nova informação ou uma complementação da informação anterior. A necessidade de periodicidade (e, em alguns casos, da instantaneidade) obriga os jornalistas a trabalhar sob a tirania do fator tempo – a seleção do que vai ser publicado/divulgado, a investigação dos dados, o levantamento das entrevistas, etc., tudo deve ser feito com a maior rapidez possível, pois (com exceções de matérias especiais ou circunstâncias especiais) tudo deve

[6] O termo surge a partir do conceito de Espiral do Silêncio desenvolvido por Elisabeth Noelle Neuman. Estudos empíricos, realizados sob a perspectiva da Espiral do Silêncio, mostraram que determinados assuntos de interesse público, por serem ignorados pela mídia, não ganham expressão. A maioria silenciosa não se manifesta o que reforça as opiniões divulgadas pelos meios de comunicação.

[7] Na tradução literal, linha da morte. É o prazo que a equipe tem para finalizar todos os preparativos para o jornal, radiojornal ou telejornal estar pronto para ser impresso ou veiculado.

estar pronto para a próxima edição. Desta forma, a periodicidade é a confirmação de que o material jornalístico não surge espontaneamente, mas é o resultado do trabalho de busca e seleção do profissional do jornalismo.

Os gêneros jornalísticos

A complexidade do estudo sobre o jornalismo tem impelido os pesquisadores na busca de fundamentações teórica e metodológica que melhor permitam compreender a lógica dos processos de produção do conteúdo do jornalismo. Inseridos nesta busca, e considerando que, como já foi visto que "O jornalismo não é somente a transmissão ou comunicação de notícias e informações da atualidade. É também comunicação de idéias, opiniões, juízos críticos." (MARQUES DE MELO: 1985, p.17), estão os estudos sobre os gêneros jornalísticos.

Essa análise é importante porque a notícia[8], conteúdo definidor da própria atividade jornalística, não é previsível, e portanto os jornalistas devem a cada edição do veículo no qual trabalham *providenciar* (produzir) conteúdos atrativos para os receptores, de forma a garantir a sua atenção e os vínculos econômicos que acompanham essa atenção em potencial[9], os jornalistas desenvolveram diferentes estratégias – diferentes gêneros[10] ou tipos modelares de conteúdos jornalísticos - para elaboração de um material que, atendendo aos critérios jornalísticos, sejam sedutores para o público.

De uma forma geral podemos dizer que Gêneros são categorias a partir das quais podemos agrupar trabalhos semelhantes, que refletem um momento da sociedade, auxiliando a produção e leitura destes trabalhos. Esta definição pode ser feita a partir das estruturas, da estética, como nos gêneros literários, mas salientem a necessidade de diferenciação quando o conceito é aplicado aos produtos dos meios de comunicação de massa.

---

[8] Um dos pontos onde a visão de pesquisadores e profissionais de jornalismo converge é a importância da notícia. A notícia é a alma do jornalismo, seu elemento definidor "seu objeto e seu fim." (BAHIA:1990: 35). "A notícia é o gênero jornalístico básico. A sua razão de ser é a informação dos fatos. (SILVA: 1998, p.15). A definição do que é notícia ainda carece de estudos mais aprofundados. Para fins didáticos, neste artigo consideramos "notícias" as informações jornalísticas divulgadas a partir de um fato novo, de grande interesse e de interesse público.

[9] No jornal impresso, a venda de exemplares e assinaturas; nos veículos eletro-eletrônicos, a audiência que define o interesse dos anunciantes pelos intervalos comerciais dos programas jornalísticos.

[10] A palavra *gênero* deriva do latim *genus/generis* (família, espécie), mas desde a Grécia clássica se usa o termo para classificar as diferentes possibilidades (ou intencionalidades) dos discursos. Bakhtin (1981, p. 35) aponta a natureza social e ideológica da linguagem (1981, p.35) e aponta que os gêneros são para o direcionamento ideológico dos discursos.

Os gêneros são *estratégias de comunicabilidade* (MARTÍN-BARBERO: 1997, p.301), uma promessa ou possibilidade de conteúdo, um contrato previamente acordado entre emissor e receptor, em um sistemas de referencia com princípios socialmente interiorizados. Desta forma, o gênero é um conceito chave porque permite ao emissor agir em função de um quadro semântico – um conjunto de possibilidades lingüístico-visuais - delimitados e previamente conhecidos pelos receptores. Trata-se, portanto de um processo de mediação não apenas entre indivíduos, mas entre "*...as lógicas do sistema produtivo e a do sistema de consumo.* (MARTÍN-BARBERO: 1997, p.298).

A compreensão dos gêneros jornalísticos implica no conhecimento de que a utilização da língua/linguagem ocorre por meio da articulação de signos, que formam enunciados únicos e delimitados pelas regras internas da língua ou linguagem. No entanto, ainda que um enunciado considerado isoladamente seja individual, para cada intencionalidade de utilização os indivíduos/grupos sociais elaboram tipos modelares relativamente estáveis de textos/enunciados. Estes tipos modelares são uma gênese dos gêneros de discursos.

Sendo o jornalismo uma atividade de comunicação diretamente relacionada com a utilização da língua e da linguagem (mesmo uma não linguagem verbal) os gêneros podem ser entendidos também como uma estratégia da construção identidades midiáticas: o lugar onde o receptor reconhece um produto, partilha suas representações e define sua utilização subjetiva.

Uma vez que cada processo de comunicação é único em si mesmo, o surgimento de novos veículos comunicação implica na adaptação e no eventual surgimento de novos gêneros, o que por sua vez interfere na classificação e no uso dos gêneros já existentes. Os gêneros não são estáticos, sua dinâmica é influenciada pelas tecnologias de veiculação e produção, mas também pelas transformações internas dos meios e pelos mecanismos de intertextualidade que atravessa o sistema midiático.

No entanto, o surgimento de novos gêneros, ou a adaptação dos gêneros antigos a novos veículos e formatos não é um processo natural, mas resultados de testes e experimentos desenvolvidos de forma sistemática pelos meios de comunicação que buscam constantemente alternativas para conquistar uma maior audiência em situações que eventualmente colocam em uma situação de visibilidade, modelos consolidados em outros meios, fazem adaptações de modelos antigos ou mesmo hibridizam possibilidades, eventualmente criando novos gêneros. Bakhtin (1997, p.279) entende cada esfera de utilização da língua elabora tipos relativamente estáveis de enunciados que refletem as

condições e finalidades que atendem aos interesses dos produtores e atuam de forma a manter a estabilidade aparente do sistema. Os gêneros atuam, portanto, como "construtos ideológicos que fornecem e reforçam uma pré-leitura" (FEUER: 1987, p.118).

Os primeiros registros localizados sobre o Estudo dos Gêneros aplicados aos conteúdos dos processos comunicativos midiatizados é a definição de categorias comunicacionais elaboradas por Lasswell/Wright·, que estabelece a correlações existentes entre as unidades de comunicação e as funções que desempenham no organismo social. Outras fontes (SEIXAS: 2004, p.2; CHAPARRO: 1998, p.103) atribuem o início destes estudos aplicados ao jornalismo aos trabalhos desenvolvidos pelo professor José Luiz Martínez Albertos, da Universidade de Navarra (Espanha), em 1950, que desenvolveu a *teoria normativa do gênero jornalístico* ou ainda ao pesquisador Jacques Kayser (PARRAT: 2001), que foi o divulgou internacionalmente essa classificação, e cujos trabalhos desenvolvidos no Ciespal[11] tiveram grande influência entre os pesquisadores latino-americanos. Nestes diferentes caminhos o desenvolvimento dos estudos sobre gênero se desenvolveu inicialmente como uma técnica de trabalho voltado para a análise sociológica de caráter quantitativo das mensagens que apareciam na imprensa, ou como *um método seguro para a organização pedagógica dos estudos universitários sobre Jornalismo*. (PARRAT: 2001), para posteriormente evoluir para análises mais complexas.

No Brasil, sabe-se que a primeira classificação de gêneros jornalísticos foi proposta por Luiz Beltrão[12] (2001), no final dos anos 1960. Este autor realiza uma divisão gêneros no jornalismo a partir de uma perspectiva funcionalista, qualificando o material jornalístico como Jornalismo Informativo, Interpretativo e Opinativo. Beltrão influenciou pesquisadores como Marques de Melo (1972, 1985, 2003, 2010), que será o responsável pela elaboração definições de gêneros e formatos adequados ao jornalismo brasileiro.

A mediação dos gêneros direcionam as leituras, minimizando ou colocando em segundo plano a questão das condições de produção (que não são vistas como fator determinante do conteúdo) e neutralizando os aspectos ideológicos da produção jornalística. As mídias transformam os gêneros em mercadoria, um *produto* apresentado vendido ao público, relacionando o consumo deste gênero com a construção do próprio gênero. O

[11] Kayser é citado por Marques de Melo no livro *Estudos de Jornalismo Comparado* (1972) como o realizador da pesquisa pioneira: Une semaine dans le Monde (Uma semana no [jornal] Le Monde).
[12] O trabalho original, *Folkcomunicação – Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de ideias*, é a tese de doutorado do autor defendida na Universidade de Brasília em 1967, que foi re-publicada pela coleção Comunicação da EDIPUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.

gênero que obtém audiência ou é útil para os produtores ou receptores se tornam *modelos relativamente estáveis*, constituídos por uma linguagem específica resultante das tendências expressivas. Mas se o sucesso de um gênero gera uma tendência para estabilidade, também determina o aparecimento de cópias, fiéis ou infiéis, gerando igualmente um movimento de mudança e transformação: *O gênero sempre é e não é o mesmo, sempre é novo e velho ao mesmo tempo.* (BAKHTIN: 1981, p.91).

O levantamento teórico da questão dos gêneros aponta a importância deste recurso para construção, ampliação, divulgação e partilha de significados simbólicos pelo jornalismo. De fato, a riqueza dos dados oferecidos mostra que os gêneros são utilizados para "organizar burocraticamente o mundo para os receptores" [13], em uma ação que tem como paralelo a própria organização do pensamento pelo indivíduo.

A atuação dos gêneros na organização das informações se dá tanto na hierarquização dos temas, como também de forma interna, na alocação de valores que determinam não apenas que assuntos vão ser tematizados, mas, sobretudo, a forma como vão ser tematizados: com seriedade, com leveza ou mesmo de forma satírica, de forma pontual ou reflexiva, abrangente ou setorial, etc. Nesta perspectiva, a utilização dos gêneros é uma estratégia que vai além do processo de "organização da realidade": o conteúdo informativo da notícia sofre metamorfoses, ou uma evolução/transformação em outros tipos/gêneros de material jornalístico, que não apenas acrescentam informações, mas explicam, analisam, apontam culpados, naturalizam o fato/acontecimento, e apontam uma reinserção da ordem, mesmo que seja uma nova ordem ou uma aparência de ordem, conveniente para o sistema.

Na relação do jornalismo com o Estado – ou a representação do Estado como gerenciador dos espaços públicos – este processo tem uma dinâmica bastante específica. Neste artigo, para compreender melhor essa relação, optou-se por análises desenvolvidas a partir de duas possibilidades: a primeira, tendo como base a tipificação das matérias jornalísticas proposta por Tuchman (In PENA: 2008), e a segunda as classificações propostas por Marques de Melo e Assis (2010), baseadas principalmente na intencionalidade (ou disposição psicológica) do emissor/autor, na natureza estrutural do texto e nos modos de escrita (no estilo do texto), na natureza do tema e/ou assuntos abordados e nas articulações culturais do texto com o veículo mediático no qual ele se expressão, que inclui a divisão do material jornalístico em informativo, opinativo e interpretativo, utilitário e diversional.

[13] A expressão original e mundo é burocraticamente organizado pelos jornalistas (FISHMAN, 1990, p. 51)

O objetivo é entender como as notícias, ou matérias duras/factuais, súbitas ou em desenvolvimento, são transformadas em fatos sequenciais para finalmente ser colocada em uma perspectiva de análise crítica – ou de conformismo – de uma pretensa volta à normalidade. Considerando os limites de espaço impostos para a elaboração de um artigo, optou-se neste trabalho pela analise da cobertura da onda/ surto de violência em São Paulo realizada pelo telejornal *Bom Dia Brasil*, veiculado nacionalmente pela Rede Globo de Televisão, no horário das 7 horas e 30 minutos da manha. A escolha não e aleatória: trata-se do primeiro programa veiculado nacionalmente pela emissora que tradicionalmente lidera a audiência na televisão brasileira, cujo uso de recursos sofisticados para o acesso e divulgação de informações, resultaram em um modelo de telejornalismo amplamente com grande credibilidade e eventualmente copiado pela concorrência. Além disso, o *Bom Dia Brasil* se caracteriza por um conteúdo mais elaborado, que ao mesmo tempo atenda a um publico de maior poder aquisitivo (considerando os limites da televisão) e se afasta dos formatos considerados mais sensacionalistas. Alerta-se também que não e objetivo deste estudo colocar em questão a veracidade dos fatos noticiados e sim entender a dinâmica dos processos informativos, ou seja, como estes fatos são noticiados.

Determinado o objeto, o passo seguinte foi determinar o período a ser estudado. Uma vez que os termos surto/ onda de violência pressupunha uma período restrito, optou- se por uma observação preliminar para determinar este período. A efetiva determinação deste período, no entanto, apresentou alguma dificuldade, pois a questão da violência e recorrente no telejornal, sendo difícil determinar quando começou o surto a ser estudado optou-se então pela analises dos meses de outubro e novembro, meses nos quais o termo onda/ surto de violência passou a ser utilizado dentro do telejornal estudado.

A guerra Interna: a cobertura de um *surto* de violência

As informações sobre o crescimento da violência em SP tomaram uma dimensão maior no dia 10 de outubro, quando um levantamento apontou o aumento do numero de assassinatos e de policiais mortos. Neste período, o país se preparava para o segundo turno das eleições, que eram o tema privilegiado da pauta. A questão continuou a ser ciara em matérias eventuais ate que, no dia 23 de outubro, ou seja, um dia após a realização do segundo turno das eleições, o assunto voltou com forca maior. Nesta semana, a expressão surto de violência começou a ser utilizada pelo telejornal.

Evidentemente, não foi uma coincidência, mas a explicação sobre essa mudança se ancora em duas possibilidades: a primeira e que o fim do período eleitoral abriu um maior espaço na pauta, permitindo um olhar diferenciado (ou mais apurado) dos jornalistas sobre a questão da violência. A segunda possibilidade é que, movido por questões éticas de não interferências no resultado das disputas, o tema estivesse sendo propositalmente colocado em segundo plano. O mais provável, é que haja uma superposição dos dois fatores.

Sobre este ponto, é importante acrescentar que as questões políticas, consideradas temas importantes para a cobertura jornalística pelos jornalistas, sabidamente não despertam um grande interesse nos telespectadores. Apesar das características do telejornal estudado ser diferenciada, pois tradicionalmente abre mais espaço para as questões sobre política e economia; disputas locais, mesmo que majoritárias (para cargos executivos), tem um fraco poder de sedução da audiência. Foi providencial, portanto, que logo após terem que enfrentar estes temas ao mesmo tempo obrigatórios e ásperos, a violência - tema que em geral tem um bom apelo para conquistar a atenção dos receptores, aparecesse com características mais marcantes.

Ainda sobre a cobertura policial, considerando a classificação proposta por Marques de Melo (2010), na sua quase totalidade as matérias são informativas, mas contrariando a regra mais comum da notícia no formato de nota ou nota coberta, ela se inicial já no formato reportagem. Na medida em que o tema torna-se mais relevante, abre-se espaço para outro formato informativo, a entrevista, mas percebe-se que aqui ela adquire um caráter de análise; e para dois comentários, no caso do “especialista” em violência, Rodrigo Pimentel. Nota-se também que a relação entre os formatos é particularmente clara no telejornalismo: o informativo precede e justifica o comentário.

Considerando a tipologia de Tuchman, é importante observar que mortes violentas são consideradas ordinariamente noticias duras e súbitas. No entanto, a mitologia policial (filmes, documentários, etc.) prepararam os receptores para certo numero de mortes, de suspeitos ou, em menor escala, de policiais, em momentos de confronto. Nesta “ordem”, o diferencial desta onda de violência seria o assassinato de policiais civis e militares, além de outros servidores públicos (bombeiros ou profissionais ligados à segurança dos presídios), o que reforça o esse aspecto.

A matéria súbita corresponde a uma quebra da ordem, ao impensável (o que justificaria a ausência de dados comparativos), mas as situações de violência que já aconteceram na cidade, e a própria violência diária da metrópole, abre espaço para que

Ainda o telejornalismo use outros recursos que reforçam o sentimento de imprevisibilidade. De fato, matérias que iniciam a cobertura sobre as mortes violentas são acompanhadas de coberturas ao vivo, e em alguns casos com a participação de um repórter no Globocop - o helicóptero do telejornalismo da emissora. No entanto, diferentemente da maior parte das matérias súbitas, que no telejornalismo correspondam a notas ou notas cobertas, essas matérias vem no formato reportagem, e são pródigas em nos dados complementares (quantidade de vitimas do ano anterior, por exemplo), e ate mesmo esboços de comentários, que não e comum nestes casos.

O conjunto de matérias-denúncia sobre onda de violência continua em um crescendo, eventualmente somando- se e misturando-se a violência originaria da cidade. No momento em que ela parece atingir um padrão (uma nova ordem inaceitável) iniciam-se também as analises e comentários, em geral pronunciados por especialistas em violência. A presença destes especialistas é desejável e providencial. Uma vez que eles fazem parte da equipe da emissora, devem ser chamados a opinar com relativa frequência (caso contrário, sua existência seria desnecessária). Sobretudo, eles atuam como o reforço necessário para criar um clima de indignação popular, que será reforçado/ anunciado por matérias informativas sequenciais - no caso especifico, o protesto dos funcionários da empresa de transporte publico e os jovens que pedem paz.

A partir dai fica montado cenário para a reação das autoridades/do Estado, cujo pronunciamento vinha sendo cobrado em matérias anteriores. Segue-se a partir dai alguns pronunciamentos, que irão culminar com a mudança dos chefes/comandantes responsáveis pela policia civil e militar. A partir deste ponto temos uma progressiva obliteração do tema, e a consequente emergência de novas pautas, em geral vinculadas à proximidade do Natal.

Embora a dinâmica da cobertura atenha seguido um ritmo previsível, inclusive no seu esgotamento (não pela carência de novas informações, mas em função de um esgotamento do interesse dos receptores), a cobertura do surto/o da de violência em São Paulo apresentou alguns diferenciais. Na dinâmica da informação noticia/ quebra da ordem, análises/ e volta a (nova) ordem é o apontamento de culpados. Embora algumas associações tenham se desenhado - briga entre policiais, disputa territorial entre o Estado e grupos marginais, ordem dos chefes dos cartéis de venda de drogas ou ate mesmo uma retaliação pelas condições inadequadas das prisões - não fica claro para os telespectadores quais os motivos para a súbita (?) erupção da violência. De fato, embora um telespectador menos atento entenda que a ausência das matérias sobre o tema significa o fim deste período, um

olhar observador ira perceber que a violência continua latente e a sua presença constante (ainda que com menor destaque) na cobertura policial.

Considerações finais

O telejornal *Bom Dia Brasil* – e por extensão o telejornalismo da Rede Globo de Televisão – trabalha de forma estratégica o seu *capital simbólico*, ou seja, a construção de sua credibilidade, que por sua vez é ancorada na sua relação com a exibição de fatos verdadeiros e relevantes para a comunidade, mas também em uma estética de realismo objetivo, que prescinde de um narrador e busca nos detalhes de cada fato isolado os elementos para a construção de uma história. É a narração, e não o contexto, que está no centro dos acontecimentos. Esta estratégia é reforçada pela introdução de matérias analíticas, ou com conteúdo analítico, em geral com dados estatísticos, médias, metas e modelos, estratégias utilizadas para dar maior dimensão ao tema, mas que não são efetivamente reais[14].

Ainda que em nenhum momento se cogite a possibilidade dos fatos não serem verdadeiros e os números expressarem uma somatória correta, percebe-se que o jornalismo acha principalmente aquilo que procura. E uma vez que a violência é real e contínua, quando se dispõe a procura-la, ela está convenientemente disponível. Conclui-se, portanto, a maneira como estes fatos são expostos ocorre de forma estratégica ou intencional, para "manejar" outro capital simbólico do telejornal, a sua audiência. Nesta relação, portanto, fica claro que o material exposto efetivamente colabora para dar visibilidade – ou para construir – um cenário que, não sendo fictício, torna-se mais "real" (ou ganha um a dimensão mais concreta) na medida em que é exposto pelo telejornalismo.

Para os estudiosos dos gêneros jornalísticos, a amostra (embora peculiar em alguns momentos) abre espaço para ver com maior clareza como ouso dos gêneros e também uma dinâmica interna de construção da realidade (realidades) pelo jornalismo. Nesta dinâmica, a notícia - ou mesmo a notícia falseada (no sentido de ausência de novidade) abre espaço para outras notícias e para a utilização sequenciada de diferentes formatos, que ecoam e repercutem a informação veiculada pela noticia que inicia o processo.

[14] Médias, metas e modelos são tipificações de um ideal, ou seja, são coisas que efetivamente não existem. Sua utilização remete a uma reflexão de Sodré, citada na sua Palestra de Abertura do Celacom-2012, em Bauru, que questiona "...o quanto, para compreender a realidade, temos que mentir sobre ela."

Referências bibliográficas

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**: as técnicas do jornalismo. 4ºed. rev. São Paulo: Ática, 1990.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In BAKHTIN. M. **Estética da criação verbal.** São Paulo: Martins Fontes, 1997. p. 277-326.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 7ªed. São Paulo: Hucitec, 1981.

BELTRÃO, Luiz . Folkcomunicação: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação. Porto Alegre, Edipucs, 2001.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo**. Busca prática por uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1998.

FEUER, Jane (1992): 'Genre study and television'. In Robert C Allen (Ed**.): *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*.** London: Routledge, pp. 138-59

MARQUES DE MELO, José & ASSIS, Francisco de. **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UMESO, 2010.

MARQUES DE MELO, José. **A Opinião no Jornalismo Brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MARQUES DE MELO, José. **Estudos de jornalismo comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesus & REY, German. **Os Exercícios do Ver** – Hegemonia audivisual e ficção televisiva. São Paulo: Senac, 2001

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações***:* comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

PARK, R. E. Um roteiro de investigação sobre a cidade. In: VELHO, G. (Org.). **O fenômeno urbano.** Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

PARRAT, Sonia Fernandez. ***El debate en torno a los géneros periodísticos en la prensa***: nuevas propuestas de clasificación. Zer. revista de estudios de comunicación. n. 11. nov. 2001. Disponível em: < http://www.ehu.es/zer/zer11web /sferparrat.htm >. Acesso em: 22 maio 2006.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo.** 2º. ed. São Paulo: Contexto, 2008.

RIBEIRO, Renato Janine. **A Sociedade contra o social** – O alto custo da vida pública no Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 2000.

SEIXAS, Lia . Gêneros jornalísticos digitais. Um estudo das práticas discursivas no ambiente digital. In: **XIII Encontro Anual da COMPÓS**, 2004, São Bernardo do Campo - SP. GT Estudos do Jornalismo, 2004.

SILVA, Marconi Oliveira da. **O mundo dos fatos e a estrutura da linguagem -** a notíicia jornalística na perspectiva de Wittgenstein. Porto Alegre: Edipucrs, 1998. 173p.(Coleção Filosofia 67).

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato - notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis: Vozes, 2009.

TEMER. Ana Carolina Rocha Pessôa. **Ana Maria Braga e a omelete da Dilma. A Revista Feminina e a valorização do trabalho doméstico. São Paulo; Revista PJ: BR. USP. Ano VIII Nov. 2011 nº 14. ISSN 1806-2776.** http://www.eca.usp.br/pjbr/arquivos/dossie14f.htm**. Acesso em 12 de maios de 2013.**

Anexo

Tabela 1 – Tipificação das matérias, segundo Tuchman (in PENA: 2008)

Duras ou Factuais (perecíveis)	Súbitas	Sem previsão - ex.: tragédias, incêndios, acidentes.
	Em desenvolvimento	Acontecimentos que geram fatos – ex: resgate dos feridos após um acidente.
	Em sequência	Fatos pré-programados - ex.: desenvolvimento de um campeonato, votação de uma nova lei, cobertura de um julgamento.
Leves		Não perdem atualidade - ex.: exposições, inaugurações, serviços, etc.