



Notícias de interesse público e de interesse do público: a possibilidade de convergência desses interesses ¹

Delcia Maria de Mattos VIDAL²
Universidade de Brasília – UnB, Brasília, DF

Resumo

Este estudo analisa a atuação da imprensa e do jornalismo relacionada ao interesse público, ao direito de informar, ao direito do leitor de ser informado. A pesquisa avalia e cria categorias para cem notícias mais lidas nos sites dos jornais *Folha de S.Paulo* e *de O Globo*. O trabalho parte da premissa de que as informações veiculadas pela imprensa são indispensáveis para auxiliar a construção social da realidade e promover o desenvolvimento humano e social dos cidadãos. Com os resultados da investigação, chega-se à proposta de agregar valor à notícia que interessa ao público, para melhor cumprimento da função social da imprensa e do jornalismo – divulgar informações com conteúdo de interesse público – notícia cidadã.

Palavras-chave: direito à informação, imprensa, jornalismo, interesse público.

Novas tecnologias, novos hábitos de leitura dos jornais

Com as novas tecnologias surgidas, notadamente, a internet e o jornalismo online, há alteração nos processos de produção e divulgação das notícias. Da mesma forma, mudam também, por parte do leitor, os hábitos de leitura dos jornais. Desde o invento de Gutenberg, não ocorrem mudanças tão profundas no processo de transmissão de informações, base para a formação do conhecimento.

A prensa a vapor, a rotativa, a litografia, o offset transformaram a impressão dos jornais, dando mais velocidade à produção dos periódicos. O rádio e a televisão modificam a distribuição, a divulgação e a recepção. A internet altera todo o conjunto – produção; distribuição; recepção.

Várias reflexões têm sido apresentadas quanto à produção em tempo real, entre elas, a observação de Moretzsohn (2002) de que a prática do jornalismo é afetada como

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste realizado de 27 a 29 de maio de 2010.

² Professora da Universidade de Brasília, Doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília, Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, email: delciavi@unb.br. texto produzido a partir de pesquisas constantes da tese de doutorado defendida pela autora.



um todo. No jornalismo *online*, surge a necessidade de se emitirem *flashes* a toda hora: menos tempo para apuração e redação resulta em notícias mais superficiais e menos qualidade. Com isso, segundo a autora, deixa-se de fornecer as informações indispensáveis para a formação de cidadãos.

No campo da recepção, no sentido de o leitor ter mais possibilidades de escolher, de selecionar quais informações quer receber ou ler, a inovação se faz mais presente. Schmitt e Oliveira³, no artigo *Personalização de Notícias – Uma edição de jornal para cada leitor*, defendem que “a recomendação de notícias, segundo o interesse e as preferências de cada leitor, pode ser uma importante vantagem competitiva para as empresas de comunicação”.

Novas tecnologias permitem que o leitor escolha as notícias que quer receber, normalmente, pré-definidas por editorias, como também a forma de recebimento, seja via RSS (Really Simple Syndication), podcast, videocast ou telefone móvel. A previsão dos autores é de que o jornal “chegará às mãos do leitor adaptado ao seu gosto e às suas preferências individuais, graças ao constante desenvolvimento tecnológico”.

A *Folha Online* oferece essa opção de escolha desde 2007, indicando ao leitor que o RSS

é um importante aliado na busca pelas notícias que lhe interessam. Ele é a porta de entrada para um sistema que envia alertas para o seu computador sobre as últimas novidades publicadas na rede – mas só aquelas novidades que você quer saber”. Fica a critério do usuário escolher de quais sites – ou editorias, canais, seções-- ele deseja receber alertas. Exemplo: se você se interessa por esportes e cultura, basta selecionar os feeds de Ilustrada e de Esportes da Folha Online. Em vez de você ir atrás das notícias, são elas que vão atrás de você.⁴

Na *Folha*, as opções podem ser tanto para as editorias (Ambiente; Bichos; Brasil; Ciência e Saúde; Cotidiano; Dinheiro; Educação; Em cima da Hora; Equilíbrio; Esporte; Ilustrada; Informática; Mundo; Painel do Leitor; Publifolha e Turismo) quanto para os blogs, as colunas, as pensatas e conteúdo multimídia – *podcasts e videocasts*.

Os leitores de *O Globo Online* podem contar com as seguintes modalidades:

- Newsletter – As principais notícias do dia no seu e-mail,
- RSS – Receba as notícias em tempo real;
- Podcast – Boletins de notícias para ouvir no MP3 Player ou PC;

³ SCHMITT, Valdenise ; OLIVEIRA, Leonardo Gomes. *Personalização de Notícias - Uma edição de jornal para cada leitor*. In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. vol. XI, n. 1, enero – abril / 2009 - disponível em <http://www.eptic.com.br/> - acesso em 25.04.2009.

⁴ <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u334837.shtml> - acesso em 15.04.2009.



- Widgets – O Globo com você no seu Orkut;
- MOBILE - As notícias de *O Globo* no seu celular. “Fique em dia com as notícias em qualquer lugar e a qualquer momento. Receba por SMS alertas dos principais fatos do dia, notas quentes dos colunistas do GLOBO, novidades de blogs de grande audiência, o melhor da programação cultural e dicas de serviço que vão facilitar a sua vida”⁵.
Os canais disponíveis envolvem: notícias (Manchetes, Economia, Rio, São Paulo, Política, Cultura e Entretenimento, Mundos, Esportes), colunistas, blogueiros, entretenimento, serviços (vestibular e concursos) e horóscopo.

As críticas ou restrições ao jornalismo *online* não ficam somente no campo da velocidade de produção e transmissão mas também no de recepção. Esse poder de opção que se cria para o leitor pode apresentar vantagens competitivas para as empresas jornalísticas, pode aparentar ganhos para o público. Vale lembrar que a oportunidade de escolha e segmentação de assuntos pode reduzir a construção do conhecimento e da realidade social. Restringe, sobretudo, a capacidade da imprensa de agendar temas que são objeto de debate público. A percepção que se tem é que, em vez de facilitar o recebimento da informação, haverá mais “desinformação”. E se a agenda do cidadão/leitor e, conseqüentemente, da sociedade se pautar por notícias das categorias que envolvem curiosidade, dramaticidade e notoriedade?

As mais lidas – Um estudo sobre a preferência do leitor

Para desenvolvimento deste estudo, as notícias de Interesse público e as de interesse do público são divididas em categorias, de forma a melhor representar as temáticas e o interesse a que se referem. São elas:

Tabela 1 – Categorias de notícias

Categoria	Descrição
Beleza	Tratamentos de beleza, exercícios físicos
Ciência e Tecnologia	Descobertas científicas, novas tecnologias, internet
Cultura	Artes, literatura, espetáculos
Curiosidade	Fatos incomuns
Dramaticidade	Violência, mortes, tragédias
Economia e trabalho	Cotações, mercado financeiro, emprego
Educação	Ensino, instituições de ensino
Esportes e Lazer	Campeonatos, torneios, competições
Governo e Poder	Política, decisões governamentais, eleições
Meio ambiente	Preservação ambiental
Notoriedade	Vida de famosos
Polícia	Ações policiais, prisões
Saúde	Doenças, prevenção, tratamentos, medicamentos
Social	Ações de cidadania, políticas públicas

⁵ <http://oglobo.globo.com/mobile/noticias.asp#1> – acesso em 30.04.2009.



As categorias aqui propostas têm como base os atributos do produto jornalístico propostos por Warren e Chaparro (1994, p. 120) – atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, conseqüências, curiosidade, dramaticidade, e surpresa bem como os valores temáticos descritos na recompilação de vários autores realizada por Jorge (2008, p 30).

Pode-se conceituar a notícia de Interesse público como aquela que contribua para o desenvolvimento intelectual, moral e físico do cidadão, com informações que possibilitem ao leitor refletir e tomar decisões em relação ao governo, à saúde, à segurança, à educação, ao trabalho, enfim, exercer a cidadania. Em suma, a notícia de interesse público tem agregado ao seu valor-notícia um valor de cidadania. É o valor que possibilita ao cidadão ter integração e participação na vida em sociedade.

Dentro das categorias estabelecidas neste estudo, são consideradas como de interesse público: Ciência e Tecnologia; Cultura; Economia e trabalho; Educação; Governo e Poder; Meio ambiente; Saúde; Social; e Utilidade.

Utilizando-se os critérios de valor-notícia destinados aos interesses do público, mencionados por Wolf (2003-214), as categorias normalmente utilizadas para identificar os acontecimentos que correspondem a este requisito são:

- a. histórias de gente como encontrada em situações insólitas, ou histórias de homens públicos surpreendidos na sua vida privada;
- b. histórias em que se verifica uma inversão de papéis (o homem morde o cão);
- c. histórias de interesse humano;
- d. histórias de feitos excepcionais e heróicos.

Dessa forma, as seguintes categorias propostas neste levantamento podem ser consideradas de interesse do público: Beleza; Curiosidade; Dramaticidade; Esportes e Lazer; Notoriedade; e Polícia.

De maneira a avaliar o interesse do leitor por temas de interesse público ou de interesse do público, foram analisadas 100 notícias mais lidas nas páginas da *Folha online* e do *O Globo online*, no período de 14.10 a 14.11.2008. A escolha desses veículos deveu-se não só por estarem entre os dois maiores jornais do país como



também pela disponibilidade das informações para coleta dos dados. As notícias que despertaram mais interesse do leitor são destacadas da seção *mais lidas*, uma lista com as cinco notícias que tiveram mais acessos. O monitoramento das mais lidas ocorreu em horários semelhantes, preferindo-se o tempo entre 21h e 23h, quando os acontecimentos das respectivas datas haviam-se transformado em notícias. A opção pelo levantamento ao final de cada dia propicia uma melhor análise uma vez que um fato ocorrido ou noticiado pela manhã pode permanecer como mais lido, com maior interesse, ao longo do dia.

No período analisado de 14.10 a 14.11.2008, alguns acontecimentos receberam a atenção da mídia e, conseqüentemente, do público. São eles: agravamento da crise econômica mundial, caso Eloá, eleições municipais – Brasil e eleição presidencial – Estados Unidos.

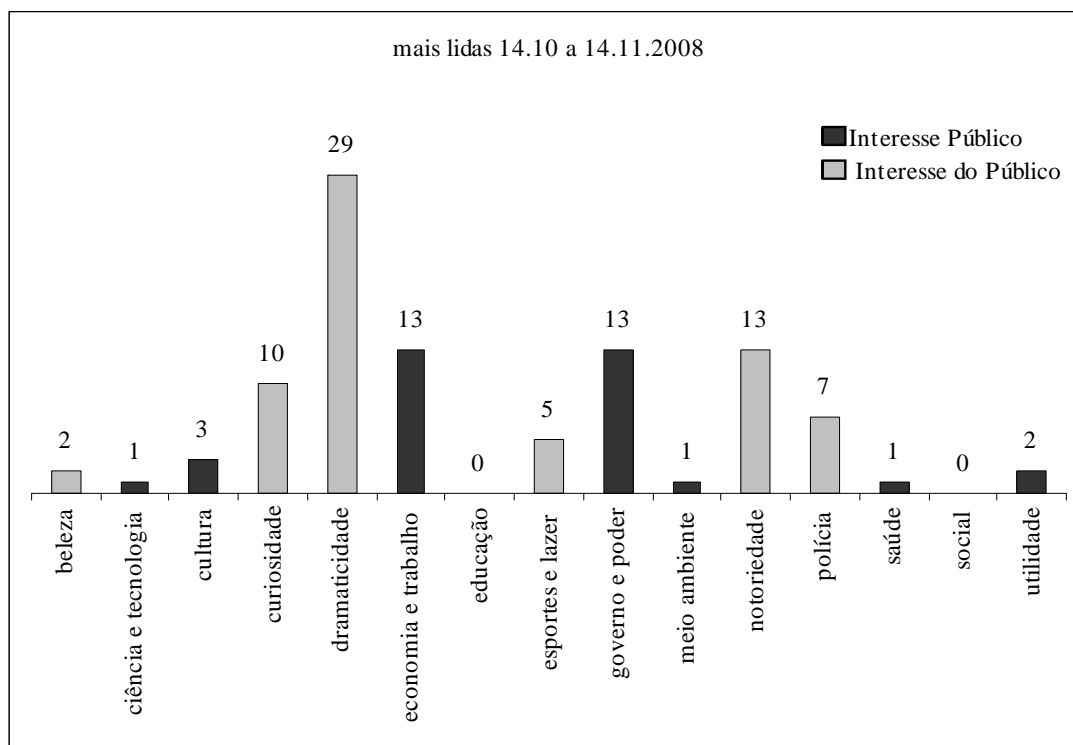


Gráfico 1 – Mais lidas 14.10 a 14.11.2008

a. Beleza

Beleza apresenta duas notícias nas mais lidas que se referem à melhoria da forma física e à orientação de tratamento para cabelos. Ambas as informações aparecem na página *do Globo online* e nessa análise deixam de despertar o interesse do leitor da



Folha. Acrescente-se que o Globo conta com uma editoria chamada *Viver Melhor* e, nela, há a seção *Mulher*.

b. Ciência e tecnologia

Os dois jornais mantêm editorias especializadas na categoria. Na *Folha* a temática está dividida em duas – Ciência e Saúde, Informática. Na primeira, os assuntos vão desde estudos de vacinas contra a AIDS até a possível colisão de um asteróide contra a Terra em 2014. Em *O Globo*, também, há a separação de editorias, uma denominada Ciência e a outra Tecnologia. A primeira registra descobertas científicas, questões sobre meio ambiente. A segunda trata de assuntos mais voltados para a informática. Somente uma notícia foi selecionada nessa categoria. A informação é referente a sistema de computador para corrigir o “horário de verão”.

c. Cultura

A categoria cultura registra três notícias, sendo duas relacionadas à venda de ingressos para o show da cantora Madonna e uma à apresentação da cantora Cyndi Lauper em São Paulo, no dia 13.11.2008. Podem-se encontrar, nos dois *sites*, editorias para assuntos culturais. Na *Folha*, a editoria recebe o nome de *Ilustrada*; em *O Globo*, de Cultura. Nesse último, há três seções: *blog* de Patrícia Kogut sobre Televisão, Revista da TV e Rio Show.

d. Curiosidade

A categoria curiosidade fica em terceiro lugar, com dez notícias entre as mais lidas. Nessa temática há acontecimentos curiosos ou inusitados de diversas naturezas. Cinco são fatos acontecidos no Brasil e cinco envolvem outros países.

e. Dramaticidade

No período analisado, de 14 de outubro a 14 de novembro de 2008, a categoria mais lida foi dramaticidade. Das 29 notícias dessa temática, 23 referem-se ao Caso Eloá, que, durante dez dias, marcam o interesse do público. Dessas, sete estão classificadas em primeiro lugar no ranking. As seis restantes tratam de outras mortes ou acidentes.

f. Economia e Trabalho

A categoria economia e trabalho registra 13 pontos. Cinco notícias trazem informações sobre o desempenho das bolsas de valores e da moeda norte-americana – dólar; quatro referem-se a decisões na área econômica; duas têm fatos relacionados ao trabalho, uma sobre concurso público e outra sobre aposentadoria; e duas tratam diretamente da crise economia mundial. Os dois veículos têm editoria de Economia,



sendo que, na *Folha*, recebe o nome de *Dinheiro*. Em que pese o destaque dado pelos jornais para a temática, somente uma notícia é classificada em primeiro lugar.

g. Educação

Tanto a *Folha* como o *Globo* elevam essa temática como merecedora de uma editoria própria, com esse nome. Pela análise das mais lidas, a categoria deixa de ser destacada pelo leitor. Não há registro nos rankings de assuntos relacionados ao tema.

h. Esportes e Lazer

Esportes e Lazer, na quinta classificação, traz notícias de uma única modalidade esportiva, o futebol. Todas têm relação com times do Rio de Janeiro e selecionadas unicamente pelos leitores de *O Globo*. São informações sobre resultados de jogos, andamento do campeonato ou intrigas entre jogadores. Não há fatos em primeiro lugar no ranking. Os dois jornais analisadas têm editorias de Esporte.

i. Governo e Poder

Nessa temática, cinco notícias estão classificadas em primeiro lugar na preferência do leitor. Governo e poder tem quase a totalidade dos fatos relacionados às eleições municipais, notadamente, para a prefeitura das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Os assuntos dessa categoria não têm editoria específica nos veículos analisados, mas são distribuídos dentro de Brasil e Mundo (*Folha*), País e Mundo (*Globo*). Das notícias sobre essas eleições, duas são sobre pesquisas eleitorais ou ações dos candidatos; seis apresentam ataques entre os participantes da disputa ao cargo; e quatro trazem resultados da votação e manifestação dos eleitos. Os dois veículos dão destaque também para as eleições presidenciais americanas ocorridas em novembro de 2008, com seções específicas sobre a disputa entre Barak Obama e Jonh McCain.

j. Meio ambiente

Sobre meio ambiente, há somente uma informação classificada nas mais lidas. Trata-se de medidas para despoluição e foi registrada em quinto lugar pelos leitores de *O Globo*. A *Folha* mantém uma editoria própria para a temática, com o nome de Ambiente enquanto, em *O Globo*, os fatos que envolvem essa categoria estão inseridos em Ciência (*Globo*).

k. Notoriedade

Em notoriedade, do total de treze, sete fatos referem-se a artistas brasileiros; cinco a famosos internacionais, envolvendo artistas, cineastas e empresários; e uma



notícia tem relação com a notoriedade de Barak e Michelle Obama. Essa última, classificada em primeiro lugar pelos leitores de *O Globo*.

l. Polícia

Com sete notícias escaladas entre as mais lidas, a categoria polícia traz informações que envolvem ações policiais no combate ao crime; confronto entre policiais civis e militares e assassinato de diretor de presídio. Todos os acontecimentos são nacionais, ficando a categoria sem registrar classificação em primeiro lugar no interesse do leitor. Em função da ausência de editorias próprias, os fatos dessa temática podem ser incluídos em Cotidiano (*Folha*), Mundo, País, Rio e São Paulo (*O Globo*).

m. Saúde

Somente uma notícia que envolve saúde aparece no ranking das mais lidas, mas poderia estar em outra temática uma vez que se refere ao fechamento de uma empresa de água mineral. A *Folha* inclui as informações dessa categoria em Ciência e Saúde. No jornal *O Globo*, o tema aparece tanto em Ciência como na editoria *Viver Melhor*.

n. Social

Notícias que envolvem políticas públicas, ações sociais, direitos humanos, voluntariado, como exemplos, não estão classificadas nos rankings das mais lidas, no período analisado.

o. Utilidade

Somente duas notícias estão selecionadas na categoria Utilidade, em que pese a importância da temática no cotidiano do cidadão. Uma contém informações sobre meteorologia e a outra, sobre segurança.

Das 100 notícias entre as mais lidas pelos leitores da *Folha* e do *Globo*, 34% são classificadas como de interesse público e 66% de interesse do público. Percebe-se, assim, que o leitor busca mais informações que envolvam fatos dramáticos, curiosos e também que tratem de pessoas com certo grau de notoriedade.

Por um lado, os jornais têm, em seus espaços, informações que contemplam temas de interesse público, dando destaque para as notícias com conteúdo formativo para a sociedade. Por outro, o público busca assuntos que fogem desses conteúdos e



buscam fatos e acontecimentos que envolvem dramas ou o que pode ser chamado de entretenimento.

Desde os primeiros tempos, quando ainda não havia a consolidação da imprensa, com atividade e função jornalística, já existia público. E esse, por sua parte, já sabia quais informações lhe interessavam. Em um primeiro momento, eram tanto as cotações de mercadorias e os atos governamentais quanto os fatos da vida privada, o que fazia parte das dores de uma sociedade.

O gosto do público por fatos dramáticos faz parte da natureza humana. A tragédia, o inusitado sempre despertou e continuará despertando o interesse do público. O processo de catarse, de alívio e purificação que ocorre em que lê uma notícia dramática é exemplificado nas palavras da professora e terapeuta Maria Lucia Solla, publicadas no blog do jornalista Milton Jung – *Rádio CBN SP* – em julho de 2007, por ocasião do acidente em Congonhas com o avião da TAM.⁶

Tragédia é acontecimento tão impactante que arranca a gente da zona de conforto, provocando catarse coletiva e purificando-nos a alma através da descarga emocional. Elimina tensões e angústias há muito acumuladas e ignoradas. A catarse vem nos socorrer e libertar para que possamos chorar e sofrer por algo concreto. Catarse vem do grego, *κάθαρση*, e significa purificação, expiação.

Quando o feito abrange pessoas de prestígio econômico, artístico, cultural ou esportivo, o valor da informação está mais relacionado ao interesse do público, no caso, a vontade de saber o que acontece com alguém que apresenta notoriedade. Neste trabalho, a notoriedade está enquadrada como categoria interessante para o leitor, para o público. Conforme se pode observar nas notícias analisadas, a maior parte dos envolvidos são pessoas do mundo artístico e os fatos informados podem ser considerados basicamente supérfluos, como exemplo: *Susana Vieira despeja a mãe de Marcelo Silva – Folha 14.11.2008*.

Em alguns casos, o conteúdo do produto jornalístico apresenta, além da notoriedade, atributos de dramaticidade ou curiosidade, fazendo, assim, elevar o nível de interesse do leitor. Como exemplo: *Cantora Ivete Sangalo sofre aborto – Folha 20.10.2008*.

⁶ http://www.miltonjung.globolog.com.br/archive_2007_07_22_6.html - acesso em 17.11.08



Seguindo a sequência das categorias de interesse do público, as notícias da temática curiosidade, classificadas em terceiro lugar na preferência do leitor, são expostas por Motta (2006, pp. 46-47) como fruto da transformação da imprensa informativa respeitada em veículo de entretenimento. Tal passagem teve início em 1830, quando os editores dos jornais americanos perceberam que os leitores passaram a preferir o entretenimento à educação.

Marcondes Filho (2002, p. 31), tratando do jornalismo do fim século XX, atualiza essa realidade escrevendo “ assuntos associados ao curioso, ao insólito, ao imagetivamente impressionante ganham mais espaço no noticiário, que deixa de ser informar-se sobre o mundo para ser surpreender-se com pessoas e coisas”. O resultado é a frequência de notícias sobre fatos curiosos, inusitados e insólitos.

Tomando-se por base a Teoria dos Usos e Gratificações, o entretenimento é apontado por Blumer como um dos motivos que levam as pessoas a fazer uso dos meios de comunicação. É parte da natureza do homem ter interesse por informações que lhe tragam algum tipo de proveito.

Wolf (2003, p. 61) faz alusão à pesquisa realizada por Berelson sobre as funções da imprensa, em que os leitores citaram como mais importantes as que podem:

- a. informar e fornecer interpretações sobre os acontecimentos;
- b. constituir um instrumento essencial na vida contemporânea;
- c. ser uma fonte de relaxamento;
- d. atribuir prestígio social;
- e. ser um instrumento de contato social;
- f. constituir uma parte importante dos rituais da vida cotidiana.

A realidade que se percebe quando é analisada a leitura de notícias voltadas para o interesse público é preocupante. Tanto nos dois maiores jornais do Brasil quanto em alguns de outros países, o percentual de preferência do leitor por informações que contribuem para o desenvolvimento intelectual, moral e físico do cidadão não ultrapassa 40% = 34% Brasil e 36% outros países. Esse dado significa que a maior parte dos leitores faz uso do meio jornal, no caso online, com intuito de satisfazer outras necessidades e não buscar a orientação cognitiva.



Chama atenção a falta de interesse do leitor para a categoria educação. Por um lado, os jornais *Folha e Globo* mantêm editorias próprias para o tema; por outro, nem sequer uma notícia aparece entre as mais lidas. Tal verificação é repetida também nos jornais de outros países. O desinteresse pela temática é uma antiga constatação, conforme menciona Motta (2006, p.2) “que por volta de 1830 os editores dos jornais americanos descobriram que os seus leitores passaram a preferir ler notícias mais que opiniões, passaram a preferir o entretenimento à educação [...]”.

A educação não aparece na preferência do leitor, a saúde, a ciência e o meio ambiente também se posicionam nos menores níveis de interesse. Essas categorias são classificadas com um ponto somente, mesmo com os jornais destinando editorias próprias para o tema.

Produzir a informação de interesse público de maneira mais interessante para o leitor

Se as escolhas do leitor dentro das opções por editorias forem equivalentes aos interesses revelados neste estudo, ganha peso a proposta de agregar interesse público às notícias. Se há mudanças no consumo de notícias, trazidas com as novas tecnologias, são necessárias também mudanças nos conteúdos jornalísticos.

A percepção de Silva⁷ quanto à função da imprensa e do jornalismo para a sociedade abre caminho para se pensar no interesse público como valor construído e agregado à notícia: “[...] a despeito de a imprensa ser, de maneira geral, um negócio e de a notícia ser, de maneira genérica, uma mercadoria, é plausível a hipótese de que numa sociedade civil – plural e complexa –, a imprensa cumpre uma função de campo”. Acrescenta, ainda “o jornalismo transcende a simples atividade industrial [inclusive, de indústria cultural] e mercantil, para se desempenhar como um dos pilares da vida pública livre, autônoma [soberana] e justa”.

As constatações até aqui expostas fazem com que se busque uma solução para o cenário encontrado. Pelo ângulo da imprensa, há a necessidade de sobrevivência

⁷ SILVA, Luiz Martins. Jornalismo, espaço público e esfera pública, hoje. Comunicação e Espaço Público. Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília,. Ano IX, n.º 1 e 2, 2006, pp. 44-45.



financeira da empresa jornalística aliada à responsabilidade social. Marshall (2003, p.88) aponta que um dos efeitos dessa subordinação às regras do livre mercado é que “a informação deixa de representar a verdade e defender o interesse público e passa a operar na lógica do interesse econômico”.

A história da imprensa e do jornalismo registra o dilema entre informar, formar ou subsidiar o leitor com informações consideradas supérfluas, mas que vendem e sustentam a atividade. Com isso, não há razão para criticar a imprensa, a mídia de modo geral, também não se pode culpar o leitor por se interessar por fatos e acontecimentos que pouco ou em nada contribuem para o desenvolvimento humano e social. Tampouco podem se responsabilizar os jornalistas, produtores das notícias. Há de se trabalhar na convergência do interesse e da importância das informações.

É possível construir e agregar valores noticiosos e técnicas narrativas que despertem e atraiam o leitor à notícia de interesse público. Pouco adianta escrever o que o leitor não procura para ler. A informação de interesse público pode ser produzida de maneira mais interessante para o leitor, despertando-lhe a atenção. Como exemplo, a notícia da doença, da internação e da morte da modelo Mariana Bridi, no início de 2009. Os acontecimentos que envolveram a modelo despertaram a atenção da imprensa e do leitor, estavam presentes os atributos de notoriedade e dramaticidade. Poderiam ter enquadramento somente no âmbito do interesse do público mas, em alguns jornais, foram além. As notícias revelavam, inicialmente, a doença e a internação de Mariani Bridi, ocasionada por infecção urinária, mas foram seguidas e acompanhadas por depoimentos de médicos, contendo orientações sobre prevenção, sintomas, consequências e tratamentos. Às temáticas notoriedade e dramaticidade, foi agregada a de saúde. O interesse público foi construído e agregado à notícia.

Cabe ao jornalismo dar melhor tratamento para essas notícias de modo que a função social seja plenamente cumprida. Não é somente “disponibilizar para a sociedade informação ética, de qualidade e democrática, que atenda ao interesse



público”, é ir mais além, é fazer com que o público procure/leia/entenda/ se interesse por esse tipo de informação.

Referências bibliográficas

CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo*: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

JORGE, Thais de Medonça. *Manual do foca*: guia de sobrevivência para jornalistas. São Paulo: Contexto, 2008.

KOVACK, Bill e ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo*. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LAGE, Nilson. *A estrutura da notícia*. São Paulo: Ática, 2005.

MARCONDES Filho, Ciro. *A saga dos cães perdidos*. São Paulo: Hacker, 2002.

MARSHALL, Leandro. *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003.

MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em tempo real*: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *Notícias do fantástico*: jogos de linguagem na comunicação jornalística. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

NUNES JÚNIOR, Vidal Serrano. *A proteção constitucional da informação e o direito à crítica jornalística*. São Paulo: FTD, 1997.

RIBEIRO, Lavina Madeira. *Imprensa e espaço público – a institucionalização do Jornalismo no Brasil – 1808-1964*. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

SCHMITT, Valdenise; OLIVEIRA, Leonardo Gomes. *Personalização de notícias - uma edição de jornal para cada leitor*. In: Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. vol. XI, n. 1, enero – abril / 2009 - disponível em <http://www.eptic.com.br>.

SILVA, Luiz Martins. *Jornalismo, espaço público e esfera pública, hoje*. Comunicação e Espaço Público. Revista do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília,. Ano IX, n.º 1 e 2, 2006.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

VIDAL, Delcia M.M. *Imprensa, jornalismo e interesse público*: perspectivas de renovação – a notícia cidadã. 2009. 221f. Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade de Brasília, Brasília. 2009.

WARREN, Carl N., *Gêneros periodísticos informativos*. Barcelona: A.T.E, 1975. In: CHAPARRO, Manuel Carlos. *Pragmática do jornalismo*: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994, p.119.

WOLF, Mauro. *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.