



Análise Comparativa do Jornal Zero Hora e da Revista Isto É usando a Hipótese do Agendamento e a Teoria do *Newsmaking*¹

SILVA, Diana Isabel da (aluna)²;

SEIMETZ, Amanda Rafaela (aluna)³;

GOMES, Janaina (docente)⁴.

Faculdades Integradas de Taquara- FACCAT /RS

Resumo

Este é um estudo exploratório de natureza qualitativa que se apóia nas Teorias da Hipótese do Agendamento e *Newsmaking* para analisar o conteúdo e a composição gráfica das notícias veiculadas nos meios de comunicação impressos jornal Zero Hora e revista Isto É, de circulação nacional. O presente estudo teve como principal objetivo identificar algumas categorias de análise da produção de notícia que sustentaram a agenda estudada nos meios de comunicação de massa.

Palavras-chave

Jornalismo Impresso; Hipótese do Agendamento; *Newsmaking*; Economia.

Introdução

Este trabalho é um projeto de pesquisa elaborado na disciplina de Comunicação Comparada das Faculdades Integradas de Taquara com o objetivo de estabelecer uma leitura crítica da realidade, com base nas teorias do Jornalismo Comparado, *Newsmaking* e na hipótese do Agendamento.

¹Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Acadêmica do 4º semestre do Curso de Relações Públicas da Faculdades de Taquara (FACCAT). Pesquisadora há 1 ano e meio na área de Comunicação.

³ Acadêmica do 3º semestre do Curso de Relações Públicas da Faculdades de Taquara (FACCAT). Pesquisadora a cerca de 1 ano na área de Comunicação.

⁴ Jornalista (PUCRS), Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS) e doutoranda em Agronegócios (UFRGS), docente e coordenadora de Trabalho de Conclusão da FACCAT. Pesquisadora há 10 anos na área de Informação Científica e Tecnológica.



A leitura crítica que se pretendeu alcançar neste artigo foi estabelecida com base em uma discussão que pautou todas as mídias em outubro de 2008, na medida em que as bolsas de valores apresentaram fortes quedas, deflagrando uma sequência de eventos econômicos, como falência de instituições financeiras de grande porte, que preocuparam as nações: o debate sobre os impactos da crise econômica mundial. A demanda por informações e os impactos vividos a cada dia inspirou este trabalho e complementou as aulas teóricas ministradas durante o período.

Em contextos como este, o processo de produção da notícia, suas características e as condições de sua permanência ficam mais claras a estudos experimentais, como o que esse artigo pretende apresentar. As teorias do jornalismo, cada vez mais, têm possibilitado a análise e o monitoramento de importantes temas na história das mídias, bem como, auxiliado na compreensão das demandas de informações do receptor e o aprimoramento das linguagens e recursos utilizados para tornar claro o conteúdo. Os estudos de Jornalismo Comparado favorecem a contextualização da notícia e as demandas sociais, assim como o envolvimento das empresas na discussão de temas públicos. Melo (1972) apresenta a possibilidade de resgate histórico de diversas naturezas desde o início da aplicação dessas técnicas como forma de descobrir aspectos culturais e econômicos de cenários, onde o jornalismo serve como base na recuperação de informações.

Assim como o jornalismo comparado, a teoria do *Newsmaking* trata do processo de construção da notícia como um fenômeno de interesse social. Segundo Wolf (1995), as notícias possuem valores diferentes e é através dos critérios de noticiabilidade (proximidade, repercussão, alcance e público) que são escolhidos os tipos de acontecimentos que serão noticiados. Nesse contexto, o *gatekeeper* (guardião) é o jornalista selecionador das notícias, que, por sua vez, deve seguir a política dos meios de comunicação, trazendo também para o público que atenda o seu interesse e sintetize a vida diária.

A hipótese do Agendamento ou *Agenda Setting* complementa a discussão sobre a produção da notícia. Segundo Hohlfeldt (1997), os meios de comunicação influenciam o receptor sobre os assuntos que permeiam a vida cotidiana a médio e longo prazo, até que esses assuntos sejam incluídos em suas preocupações. O agendamento depende do tipo de mídia a



que está veiculado o assunto, do grau de relevância que o receptor dá ao tema e seu grau de interesse em buscar informações sobre determinado assunto, como veremos a seguir.

A Produção da Notícia no Jornalismo de Jornal e de Revista

Para o estudo da produção da notícia, conhecimento necessário para realizar a pesquisa de Jornalismo Comparado ou Agendamento, é necessário compreender os critérios de produção de notícia a partir do veículo de comunicação que se pretende analisar. Assim, nesse trabalho a recuperação histórica do jornalismo diário e de revista, suas características e finalidades ao longo do tempo, possibilitaram a análise crítica do contexto analisado.

Segundo Scalzo (2003), a primeira revista que surgiu no mundo foi em 1663, na Alemanha, e se chamava *Erbauliche Monats-Unterredungen* (Edificantes Discussões Mensais), parecia um livro e só era considerada revista porque trazia vários artigos sobre teologia. No Brasil, a primeira revista que surgiu foi *As Variedades* ou *Ensaio de Literatura*, na cidade de Salvador, na Bahia, no ano de 1812. Como todas as revistas da época, tinha cara e jeito de livro.

A revista caracteriza-se pela proximidade que tem com o leitor, fala diretamente com ele, chamando-o de *você*. Ela tem uma qualidade de edição melhor em relação ao jornal, pois, como não sai todo dia, dá ao jornalista a oportunidade de exploração da notícia. O formato da revista é diferente dos outros meios de comunicação impressa, pois ela é pequena, fácil de carregar, guardar, colecionar. A função da revista é trazer uma informação mais completa, aprofundando-se nos assuntos. Ela também tem um papel de muita importância na complementação da educação, tanto científica, quanto cultural.

O Jornal

O mais antigo jornal conhecido surgiu em Roma, ainda antes do nascimento de Cristo e chamava-se *Acta Diurna*, que eram folhas de notícias pregadas em locais públicos. Em 1447, Johann Gutenberg, inventou a prensa, inaugurando a era do jornal moderno. Isso fez com que boletins de informações circulassem entre os comerciantes, trazendo notícias de interesses sobre o mercado. No século XVII, começaram a surgir publicações periódicas, como o *Avisa Relation oder Zeitung*, em 1609, na Alemanha; o *Gazette*, em 1631, na França; *Nieuwe*



Tijdingen, em 1616, na Bélgica; o *London Gazette*, fundado em 1665, na Inglaterra, e ainda hoje publicado como diário oficial do Judiciário.

No Brasil, a história do jornalismo começou em 1808, ano de chegada da corte portuguesa, quando D. João VI criou a Imprensa Régia, surgindo o jornal monarquista *Gazeta do Rio de Janeiro*. Surgiu, em 1827, o primeiro jornal do Rio Grande do Sul, o *Diário de Porto Alegre*. Desde sua primeira edição, o jornalismo gaúcho presenciou muitos fatos históricos, como paixões políticas, guerras e revoluções. Segundo Noblat (2002), o jornal tem como missão expor com nitidez e verdade a consciência crítica de uma comunidade em determinado espaço de tempo. Os leitores têm todo poder sobre o bom ou mau jornal, pois eles podem ou não comprá-lo. O jornal é mediador da opinião pública, o modo de expressão de um grupo, que pode, facilmente, ser influenciado pela mídia.

Metodologia

Pesquisa exploratória de natureza qualitativa que se embasa nas Teorias da Hipótese do Agendamento e *Newsmaking* para analisar as notícias veiculadas nos meios de comunicação impressos: jornal e revista.

O presente estudo tem como principal objetivo identificar algumas categorias de análise da produção de notícia e de sustentação da agenda nos meios de comunicação de massa.

Coleta de Dados

Os veículos de comunicação estudados foram: a edição do dia 08 de outubro de 2008 da revista *Isto É*, da Editora Três, de veiculação semanal e 8 exemplares do jornal *Zero Hora* consecutivos, do grupo RBS (Rede Brasil-Sul de Comunicação Social), de veiculação diária, a partir do dia 08 de outubro de 2008.

A matéria da capa da revista serviu para definir o assunto a ser monitorado na capa dos exemplares do jornal diário estudado. Este trabalho definiu também que somente uma matéria da capa do jornal seria analisada, a saber: a reportagem indicada na capa, a partir da manchete com maior destaque sobre a crise mundial.

Análise de Dados



Para a análise de dados coletados foram adotados alguns conceitos seguindo a metodologia proposta por Melo (1972), que fornece unidades de análise, de conteúdo e morfológica para estudos de Jornalismo Comparado. Além disso, o estudo será complementado com alguns critérios de produção da notícia de Hohlfeldt (1997), para tentar identificar o contexto da produção da notícia.

A análise morfológica irá focar a análise nos seguintes componentes, nomeados como categorias de análise (MELO,1972): a) decomposição do espaço impresso das capas dos jornais/revista, segundo o espaço ocupado da notícia selecionada para o estudo; b) fotografias: interpretação segundo a estrutura narrativa da mesma.

As categorias de análise de conteúdo são: editorias, origem da informação (nacionais ou internacionais) e o estudo das conotações das notícias: positivas, negativas ou neutras.

Para a análise da Hipótese do Agendamento (HOHLFELDT, 2007) foram observadas: a) onipresença: observar o destaque que a notícia obteve na edição (editorias que ocupa, tamanho de notícia); b) consonância: identificar traços em comum dos diferentes veículos de comunicação estudados no relato do acontecimento; c) tematização: observar a maneira com que a notícia foi formulada: se obteve destaque de forma a chamar a atenção do receptor e d) focalização: observar a maneira como a mídia contextualizou o assunto e comparar entre os veículos de comunicação .

Resultados

Sobre o veículo de comunicação impresso: revista Isto É

A revista Isto É, que representa um dos veículos mais influentes do país, está no mercado há mais de três décadas, protagonizando importantes fatos políticos e sociais. Como formato editorial, a revista privilegia a reportagem e faz uma abordagem dos fatos, procurando remeter o leitor além da notícia. (APRESENTAÇÃO 2008).

Seu leitor tem um perfil de formador e multiplicador de opinião, sendo que 50% dos leitores são homens e 50% são mulheres; 67% da classe AB; e 66% tem entre 20 e 49 anos. (APRESENTAÇÃO 2008).



O total de exemplares impressos é 428.707, sendo que 87% são de assinantes, representando um número de 354.703 exemplares. A circulação da revista ocorre em todo o território nacional, sendo sua distribuição dividida da seguinte forma: 4% região Norte, 7% região Centro-oeste, 12% região Nordeste, 15% região Sul e 62% região Sudeste. (APRESENTAÇÃO 2008).

A editora Três, possui publicações variadas da revista Isto É: a Isto É Plantium, a Isto É Gente e a Isto É Dinheiro. (APRESENTAÇÃO 2008).

Análise morfológica e de conteúdo da capa e das reportagens internas

A matéria de capa da revista se distribui no seu interior nas páginas 36 a 45.

Na análise morfológica da capa da revista constatamos que a imagem utilizada para ilustrar a matéria ocupa 91,32% do espaço total da capa. O tema da edição predominante e chamado na capa é Economia.

O conteúdo da revista é traduzido pela imagem da capa que mostra o globo terrestre dividido em rachaduras incandescentes e uma placa com o nome da Rua *Wall Street*, localizada no epicentro da divisão do mundo, fazendo alusão a um terremoto. A ilustração possui recursos gráficos para chamar a atenção do leitor e possui uma conotação negativa e sensacionalista.

A Manchete da capa foi: “RACHOU! E COMO VAI SER A RECONSTRUÇÃO”.

A logomarca da revista está alinhada com a ilustração da capa, apresentada com a cor vermelha, assumindo a dramaticidade que o projeto gráfico sugeriu.

O assunto que pautou a capa da edição é desdobrado nas páginas internas (páginas 36, 37, 38 e 39), na editoria Brasil, e as matérias fazem parte de uma compilação de informações intitulada “Especial Crise no Mundo”. Essa editoria Brasil, trazendo o tema “Crise Mundial”, estende-se, no entanto, nas páginas 40, 41, 42, 43 e 45.

Nas páginas 36 e 37, a fotografia da Bolsa de Valores de Nova York que faz alusão a instabilidade econômica que se espalhou por todos os âmbitos possíveis, ocupando 73,68% da página.

Nas páginas 38 e 39, a revista continua a matéria anterior e traz uma fotografia do presidente dos EUA, George W. Bush, que ocupa 15,42% das páginas. A matéria que tem



como título: “Quem vai pôr ordem no cassino?” apresenta as providências que o futuro presidente dos Estados Unidos terá que tomar para reconstruir o cenário do país. Traz ainda, as medidas que Bush está tomando e que os candidatos a futuro presidente tomariam para controlar a crise. Economistas falam sobre o que a crise está causando no mundo. A preocupação dos países da Europa com a quebra de muitos bancos e a criação de um órgão multilateral responsável pela governança global do mercado financeiro dos EUA e Europa a fim de evitar que grandes crises como essa voltem a acontecer. Finalizando a matéria, temos os problemas da crise no Brasil, e o presidente Lula tomando medidas e decisões para que o país consiga desviar da crise ou que pelo menos, que nos atinga de forma mais branda. As informações contidas na matéria são de origem estrangeira e possuem conotação negativa.

O assunto de capa ainda se desdobra nas páginas 40 a 45, onde a revista contextualiza a visão do governo brasileiro sobre o acontecimento, com o intuito de munir o leitor de informações mais próximas, cumprindo, assim, esse critério de noticiabilidade.

As páginas 40 e 41 trazem uma fotografia que ocupa 40,6% das duas páginas. São imagens trabalhadas no *photoshop* dos ministros do desenvolvimento e da fazenda com o presidente do Banco Central no Brasil, vestidos de três mosqueteiros, com espadas nas mãos. A manchete tem origem nacional e está na mesma editoria aberta na capa Brasil – Especial Crise no Mundo e tem conotação positiva, esclarecendo algumas posições otimistas do Brasil no contexto mundial. A matéria fala sobre o discurso do presidente da república Luiz Inácio Lula da Silva sobre a crise. Segundo ele, a preocupação aumentou e o governo não pôde mais ficar de braços cruzados.

Nas páginas 42 e 43, a imagem ocupa 37,35% , o conteúdo de uma das fotografias mostra imóveis a venda nos EUA e da outra, imóveis a venda no Brasil. Mesmo com imagens dos Estados Unidos a matéria tem origem nacional e ainda está na editoria Brasil – Especial Crise no Mundo. A conotação é neutra. A manchete da notícia é “Aqui a casa não vai cair” e versa sobre o mercado imobiliário dos EUA, que está sofrendo com a crise, devido à inadimplência no setor.

Na página 45, temos uma fotografia que ocupa 24,82% da mancha e o conteúdo das duas imagens são: um vendedor de maçã, no ano de 1929, e a outra, de um vendedor de maçã hoje, ambos desempregados, nas proximidades da Avenida *Wall Street* de Nova Iorque. A



imagem é de origem estrangeira. Mesmo tendo uma imagem de fora do país, a matéria é de origem nacional e está na editoria: Brasil – Especial Crise no Mundo. A conotação é negativa. A matéria fornece ao leitor informações sobre a crise econômica de 24 e de outubro de 1929. A Isto É pergunta aos economistas se eles acham que a crise de 1929 assemelha-se com a crise atual, a resposta da maioria dos economistas foi que essa comparação é apressada. Segundo os economistas, em 1929, os EUA enfrentavam problemas econômicos e hoje eles dispõem de um mercado mais sofisticado, com raízes no mundo globalizado. Os EUA têm que assumir suas responsabilidades pela crise e tentar arrumar a casa o mais rápido possível, para a crise não tomar dimensões maiores.

Análise do Agendamento

Seguindo os critérios de análise adotados neste trabalho, com base em HOHLFELDT (2007), podemos concluir que a revista Isto É apresentou, na semana do dia 08 de outubro de 2008, os seguintes pressupostos da hipótese do agendamento:

- Onipresença das notícias: evidenciada no número de páginas que ocupou na edição: sendo 9 de um total de 122. Também as medidas na mancha de cada página destaca o aproveitamento que a edição fez por página, ocupando 100% das páginas 36 a 45, exceto a página 44 que foi toda ocupada por propaganda. Esta edição ocupou 7,38% do total de páginas da revista.

- Tematização (análise/leitura): a matéria sobre a crise econômica mundial trouxe muitas informações, apresentou matérias relacionadas ao assunto e usou de recursos gráficos, como tabelas, para mostrar os efeitos da crise no Brasil e no mundo. Informações não só sobre a crise, mas sobre seus efeitos no mercado financeiro, imobiliário e no cenário mundial, chamaram atenção sobre o assunto.

- Focalização (análise/leitura): o assunto foi contextualizado pelos autores dos textos, apresentando análises de especialistas, fatos históricos e atuais para demonstrar e exemplificar a dimensão do acontecimento.

Sobre o Veículo de Comunicação Impresso: Jornal Zero Hora



Em 4 de maio de 1964, foi fundado por Maurício Sirotski Sobrinho, o jornal Zero Hora, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Esta edição possuía 24 páginas de formato tablóide, tendo como primeira diretoria Dante de Laytano, Ricardo Eichler e Ary de Carvalho. Hoje, sua diretoria pertence a Marcelo Rech, enquanto a editora fica nas mãos de Ricardo Stefanelli e Marta Gleich. (espacorbs@rbs.com.br, 2008).

Atualmente o jornal Zero Hora pertence a Nelson Sirotski, faz parte do Grupo RBS de Comunicação e ocupa a 7ª posição nacional entre os jornais diários de maior circulação no país. Trabalham nele 203 jornalistas em sua redação, sua tiragem dominical é de 280 mil exemplares e nos demais dias de 183 mil, além de contar com 170 mil assinantes. (espacorbs@rbs.com.br, 2008).

O jornal segue como fonte padrão a tipografia Times New Roman para seus textos, Walbaum para títulos e cartolas de páginas e Zurich para legendas de foto. (espacorbs@rbs.com.br, 2008).

Análise de Conteúdo do Jornal Zero Hora

Como foi descrito na metodologia, este trabalho monitorou o tema que pautou a revista Isto É durante 8 edições do jornal Zero Hora, e serão apresentadas as seguir. Trata-se do monitoramento de notícias sobre a crise mundial que foi anunciada durante este período por todos os meios de comunicação de massa.

No dia 08 de outubro de 2008, quarta-feira, o jornal trouxe uma matéria sobre o assunto monitorado. O título da matéria foi “A batalha mundial contra a recessão” e teve conotação negativa sobre o assunto. A matéria trazia informações sobre as estratégias utilizadas pelos grandes países (desenvolvidos e emergentes) para lidar com a crise.

No dia 09 de outubro de 2008, quinta-feira, o título da matéria analisada foi “BC queima reservas para conter dólar” e teve conotação negativa. A matéria anunciou que o Banco Central investiu mais alguns milhões nos bancos e em títulos, gastando as reservas do país, com a finalidade de dar liquidez ao sistema financeiro, o que não foi possível nas duas investidas anteriores.

No dia 10 de outubro de 2008, sexta-feira, o título da matéria analisada foi “Poderes reforçados para o BC” e teve conotação neutra. A matéria versou sobre o aumento de poderes



ao Banco Central para interferir na administração dos bancos, a fim de protegê-los. A matéria trouxe, ainda, um alerta sobre o provável aumento no valor dos remédios e o quanto a crise vai afetar os países mais pobres.

No dia 11 de outubro de 2008, sábado, o título da matéria analisada foi “Em busca de solução” e teve conotação neutra. A matéria apresentou o risco da recessão que assustou os grandes líderes mundiais, que estão fazendo muitas reuniões às pressas para tentar encontrar uma solução favorável para todos. Além disso, trouxe também uma breve narrativa desde o início da crise, de como ela começou e vem se desenrolando.

No dia 12 de outubro de 2008, domingo, o título da matéria analisada foi “Novo capítulo” e teve conotação positiva. A matéria versou sobre o medo da recessão que está se espalhando por todas as economias mundiais, tendo em vista as manifestações dos países na última semana em relação à crise. O mesmo dia trouxe ainda mais uma matéria sobre o tema monitorado, intitulada “Economia, mercado e regulação”, com conotação neutra.

No dia 13 de outubro de 2008, segunda-feira, o título da matéria analisada foi “A hora da mão visível” e teve conotação neutra. Versou sobre como os países da Europa definiram suas ações de investimento nos bancos, mas, em troca, terão regras mais rígidas para evitar novos transtornos.

No dia 14 de outubro de 2008, terça-feira, o título da matéria analisada foi “Uma injeção de confiança”, e teve conotação positiva. A matéria versou sobre declarações do ministro da Grã Bretanha, Gordon Brown, que não hesitou e agiu frente à possibilidade de compra de ações, com preço de mercado, dos bancos em crise, a fim de alavancá-los.

No dia 15 de outubro de 2008, quarta-feira, o título da matéria analisada foi “Sozinho contra a crise”. A matéria teve conotação neutra e contou como e desde quando os *home brokers* começaram a invadir o mercado de ações através da entrevista de um desses.

Análise Morfológica do Jornal Zero Hora

Como foi apresentado na metodologia desse artigo, a matéria que será analisada por essa pesquisa no jornal diário é a que foi chamada na capa do jornal. Cabe salientar que este monitoramento é parcial e experimental, e que foi observada a presença de mais conteúdo



informativo sobre o assunto monitorado, tendo em vista a relevância dessa agenda no momento da análise, impossibilitando a análise completa durante o curto tempo de pesquisa.

No dia 8 de outubro de 2008, quarta-feira, a matéria de capa ocupou 12,32% da mancha e teve como tema: economia / política internacional e nacional. A capa não apresentou fotografia ou ilustração referente ao assunto em pauta. A matéria interna chamada na capa do jornal sobre o assunto que foi monitorado por este trabalho ocupou as páginas 4 e 5, na editoria Reportagem Especial, e ocupou 100% da mancha nas duas. Foram utilizados recursos gráficos para ilustrar essa matéria: um mapa mundi, com as bandeiras dos países, seguidas de suas estratégias para driblar a crise mundial, que ocuparam 62,96% da mancha das duas páginas.

No dia 09 de outubro de 2008, quinta-feira, a matéria sobre o assunto monitorado ocupou 15,22% da mancha da capa. O tema em destaque foi economia / política internacional e nacional. Não apresentou fotografia ilustrando o assunto. A matéria que foi chamada na capa do jornal com o assunto em pauta ocupou a página 24, na editoria de Economia e ocupou 84,84% da mancha da página. Foram utilizados recursos gráficos: gráfico representando o sobe e desce do dólar e seu reflexo, que ocupou 30,36% da mancha da página.

No dia 10 de outubro de 2008, sexta-feira, a matéria analisada ocupou 22,93% da capa e não apresentou fotografia ou ilustração referente ao assunto em pauta. A matéria interna analisada ocupou 84,7% da página 24, na editoria de Economia. A matéria apresentou recursos gráficos: um gráfico representando o desempenho das bolsas de valores em todo o mundo e outro, representando os altos e baixos do dólar, que ocupou 20,25% da mancha.

No dia 11 de outubro de 2008, sábado, a matéria de capa referente ao assunto analisado ocupou 77,81%. Nesta edição, além da manchete, foram veiculadas duas fotografias que ocuparam 25,36% da mancha da capa. O conteúdo na primeira foto é de uma pessoa com um guarda-chuva com um fundo que representa um dos painéis eletrônicos das bolsas de valores, enquanto a outra mostrava o Presidente Luís Inácio Lula da Silva falando a respeito da crise mundial. A origem das fotografias é internacional (a da pessoa com o guarda-chuva) e nacional (a do presidente). A matéria interna analisada nesta edição ocupou as páginas 4 e 5 e ocupou 100% da mancha da página 4, 76,74% da página 5, na editoria Reportagem Especial. A matéria apresentou fotografia que ocupou 21,5% da mancha da página 4 e mostrou um



homem calvo de costas com as mãos na cabeça. Tinha origem internacional e foi usado um gráfico demonstrativo da crise, altos e baixos, além de pequenos comentários sobre as ações de especialistas diante de tal situação, que ocupou 5,36 % da página 4.

No dia 12 de outubro de 2008, domingo, a chamada da matéria de capa ocupou 35,67% e apresentou uma fotografia de uma pessoa com uma bússola na mão esquerda e um gráfico decrescente ao fundo. Salienta-se que a capa traz a chamada para um encarte especial que não foi analisado por esse trabalho, que se limitou a analisar a matéria de destaque de capa sobre o assunto. A matéria interna analisada ocupou a página 16 na Editoria Artigos. A matéria traz uma ilustração de um homem carregando uma peça de quebra-cabeça que ocupou 21,39% da mancha da página.

No dia 13 de outubro de 2008, segunda-feira, o assunto Crise Mundial ocupou 21,49% da mancha da capa e não trouxe foto ou ilustrações referentes à matéria interna. A matéria interna analisada ocupou as páginas 18 e 19, na Editoria de Economia e ocupou 84,5% da página 18 e 51,09% da página 19. Trouxe a ilustração de mapa das atitudes de alguns países perante a crise, que ocupou 22% na página 18 e 9,03% na página 19.

No dia 14 de outubro de 2008, terça-feira, a matéria chamada na capa ocupou 53,61% da mancha. Apresentou uma fotografia que ocupou 32,23% da mancha da capa e mostrou vários homens, um deles sorrindo. Aparentemente estavam no ambiente interno de uma bolsa de valores. A matéria interna chamada na capa ocupou 100% das páginas 4 e 5, na editoria Reportagem Especial. Apresentou recurso gráfico que ocupou 24,74% da mancha da página 4 e 9,98% da página 5. Uma foto do primeiro ministro da Grã-Bretanha e um gráfico retratando a euforia dos mercados, ilustravam a matéria.

No dia 15 de outubro de 2008, quarta-feira, a capa do jornal apresentou uma chamada que ocupou 20,43% da mancha da capa, sem foto referente ao assunto em pauta. A matéria interna ocupou 100% das páginas 4 e 5, na editoria Reportagem Especial. A matéria traz a foto de um rapaz em frente ao computador e de um gráfico da rotina do rapaz no dia da entrevista, que ocupou 18,82% da mancha da página 4 e 21,44% da página 5.

Análise do Agendamento do Jornal Zero Hora



De acordo com Hohlfeldt (2007), pode-se perceber os seguintes componentes que afirmam a hipótese do agendamento nas edições do jornal analisado:

- Onipresença das notícias: em média, nos oito jornais estudados, encontramos o assunto em de pauta ocupando 32,43% de suas capas, sendo que, em 62,5% dessas, não havia foto ou ilustração a respeito, mas, dentre as que havia, a representatividade foi 31,08% das capas. Foram analisados oito dias seguidos do Jornal Zero Hora e, nesses, o assunto de estudo teve uma representatividade de 13,87% de todo o jornal.

Dentre as treze páginas analisadas correspondendo sempre à primeira matéria do jornal que abordava o assunto, tivemos, em média, 88,34% da ocupação dessas. A média de 22,3% dessa, corresponde a ocupação de fotos ou gráficos a fim de ilustrar a situação em pauta.

Todos os números acima citados são médias dentre todos os dados recolhidos.

- Tematização (análise/leitura): em todos os dias, o jornal abordou o assunto com enfoque, trazendo sempre as notícias mais recentes, embora, às vezes, desse a impressão de perder a tematização, devido aos fatos que iam sucedendo-se no dia-a-dia das bolsas de valores e das atitudes dos governantes.

- Focalização (análise/leitura): a pauta foi muito bem contextualizada, pois trouxe análises de especialistas nacionais e internacionais, fatos históricos e atuais para explicar a situação atual. Deixou diariamente tudo bem claro sobre o que estava acontecendo, pelo menos, o mais claro possível, devido ao cenário de incerteza que se instaurou por todos os lugares.

Conclusão

O assunto Crise Mundial foi uma grande agenda que se estabeleceu durante as aulas da disciplina de Comunicação Comparada, que coordenou esse trabalho. Assim, estudando e acompanhando as notícias, foi possível entender minuciosamente o que se passava no mundo todo, além de perceber nitidamente a aplicação do agendamento.

Nos dois veículos, pudemos observar a presença dos critérios de agendamento proposto por Hohlfeldt (1997), pois foi um assunto de grande repercussão e ultrapassou os limites das editoriais, ocupando outros espaços dos veículos estudados, marcando a centralidade, a saliência, a relevância e a onipresença do assunto.



Também se pôde observar a acumulação e a consonância de informações sobre o assunto, em que os veículos compartilharam informações e fontes utilizadas para informar o leitor, tendo como diferencial apenas o seu foco ideológico e seu estilo de redação.

A visão completa do fato salientou o critério Time-lag, pois, desde dezembro de 2007, a crise já assombrava vários economistas, mas só entre o final de setembro e início de outubro de 2008 ela se espalhou por todos os meios de comunicação e passou a fazer parte da pauta diária de grande parte da população mundial.

Quanto à tematização e focalização, os meios de comunicação estudados trouxeram o assunto anunciado, mas o conduziram para temas que são de maior interesse do público, como, por exemplo, na revista a reportagem começa com a situação da bolsa de Nova York, passa para as atitudes a serem tomadas pelo governo brasileiro, depois pelo setor imobiliário internacional e nacional e, por fim, por uma comparação entre a crise de 1929 e a crise atual.

Assim, a pauta foi muito bem contextualizada, pois trouxe análises de especialistas nacionais e internacionais, fatos históricos e da atual situação, para explicar a crise. Deixou diariamente tudo bem claro sobre o que estava acontecendo, pelo menos, o mais claro possível, devido ao clima de incerteza que se instaurou por todos os lugares.

O processo de produção da notícia também foi percebido por esse trabalho, pois, a cada dia, era como se a redação deixasse um gancho à espera do que aconteceria para o dia seguinte, mesmo sem saber o que seria a próxima pauta de forma específica. Foi explorada nitidamente a necessidade que os leitores tinham de obter informação sobre o assunto que assustou o mundo e aponta para uma reconfiguração da economia mundial, um tema de forte repercussão pública, que atraía o leitor.

A revista, mesmo sendo semanal, abordou de forma bem completa o assunto, pois o contextualizou historicamente, deu os motivos de estar ocorrendo essa crise financeira, as últimas notícias e as medidas que estavam sendo tomadas. Sem dúvida, não é a função do jornalismo de revista acompanhar os fatos diariamente, o que não a torna menos completa que o jornal diário, apenas possui um foco diferente e complementar.

Referências Bibliográficas



- SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luis C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, escolas e tendências**. Rio de Janeiro: Vozes, 2007.
- HOHLFELDT, Antonio. Os estudos sobre a hipótese de agendamento. **Revista Famecos**. Porto Alegre, n. 7, 1997.
- MELO, José Marques. **Estudos de Jornalismo Comparado**. São Paulo: Pioneira, 1972.
- DILLENBURG, Sérgio Roberto. **Quatro Publicações Marcantes do Jornalismo Rio-Grandense**. Nova Petrópolis: Amstad.
- DEFLEUR, Melvin L.; BALL-ROKEACH, Sandra. **Teorias da Comunicação de Massa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1995.
- NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. São Paulo: Contexto, 2002.
- PEREIRA, Nuno Filipe; ALMEIDA, Hugo Manuel. **O newsmaking: os valores/notícia**. Escola Superior de Educação de Viseu, mai. 2002. Disponível em: <<http://newsmakingvalores.no.sapo.pt/news.htm>>. Acesso em: 29 set. 2008.
- FERNANDES, Taiane; KOPP, Juliana. **O Surgimento do Jornal Impresso**. Buraco da Imprensa, Bahia, 2002. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/com112_2001_2/buracodaimprensa/subhistimp.htm>. Acesso em: 29 set. 2008.
- SOARES, Hamistelie Roberta Pinto de Sousa; OLIVEIRA, Jocyelma Santana dos Santos Martins. **A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking**. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 2 set. 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0744-2.pdf>>. Acesso em: 07 abr. 2009.
- APRESENTAÇÃO. **Editora Três**, mar. 2008. Disponível em: <http://editora3.terra.com.br/publicidade_portugues/istoe/apresentacao.htm>. Acesso em: 29 set. 2008.
- <espacorbs@rbs.com.br>. História da Zero Hora [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <espacorbs@rbs.com.br> em 14 out. 2008.