

**UNIJUÍ – UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO ESTADO DO RIO
GRANDE DO SUL**

**DACEC – DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS,
CONTÁBEIS, ECONÔMICAS E DA COMUNICAÇÃO**

MATEUS ANDRIGHETTO TAMIOZZO

**O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS: O CASO DO FURACÃO
SANDY E A ELEIÇÃO DE 2012 NOS ESTADOS UNIDOS**

Ijuí, RS

2013

MATEUS ANDRIGHETTO TAMIOZZO

**O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS: O CASO DO FURACÃO
SANDY E A ELEIÇÃO DE 2012 NOS ESTADOS UNIDOS**

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo – da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Unijuí), como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Professor MSc. André Gagliardi

Ijuí, RS

2013

A COMISSÃO EXAMINADORA, ABAIXO ASSINADA, APROVA A
MONOGRAFIA

**O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DAS NOTÍCIAS: O CASO DO FURACÃO
SANDY E A ELEIÇÃO DE 2012 NOS ESTADOS UNIDOS**

ELABORADA POR
MATEUS ANDRIGHETTO TAMIOZZO

Como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social

COMISSÃO EXAMINADORA

Professor MSc. André Gagliardi (orientador)

Professor MSc. Marcio Granez (banca titular)

Professor Esp. Felipe Rigon Dorneles (banca suplente)

À minha mãe

AGRADECIMENTOS

Ao encerrar mais uma caminhada, é inevitável aproveitar este espaço para prestar uma homenagem às pessoas que me ajudaram a trilhar este percurso e superar todos os obstáculos que surgiram, principalmente ao longo de cinco anos de estudos de Graduação.

Obrigado à minha família, que em todos os momentos esteve ao meu lado e comemorou comigo minhas vitórias e lamentou meus fracassos, mas que sempre me motivou a continuar.

Agradeço ao professor André Gagliardi, orientador desta monografia, pelo empenho e dedicação ao avaliar o trabalho, apontar os caminhos certos e ter paciência em fazer uma orientação em sua maior parte a distância.

Estendo a gratidão a todos os professores da Unijuí, que em cinco anos me apresentaram o mundo do jornalismo e aprofundaram meus conhecimentos na área pela qual sou apaixonado. São eles os grandes responsáveis pela minha formação e por tudo o que vou levar para a carreira profissional.

Aos meus amigos, a todos eles, pela grande parceria e por todos os momentos que vivemos e ainda teremos juntos pelos próximos dias, meses, semanas, anos. Por tudo o que vocês representam, pelos momentos de felicidade absoluta e mesmo as tristezas que compartilhamos, meu muito obrigado.

É do fundo do coração.

“Não me diga o que eu não posso fazer”

(autor desconhecido)

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo abordar as diversas questões que envolvem o processo de construção de notícias. Jornais de todo o mundo vivem o desafio diário de definir o que será pauta em uma edição impressa. Por isso, precisam analisar diversos contextos sociais, políticos e econômicos e a real importância de um acontecimento para a população. Com este trabalho, busca-se refletir sobre estes aspectos decisivos durante a fase de edição de um jornal e o que coloca a notícia na primeira página de um veículo de comunicação. Além disso, as mudanças nos rumos da preparação de um jornal com o surgimento de fatos novos, também ganham espaço nesta produção. A intenção ainda é procurar entender o que interessa aos leitores e a influência do *gatekeeper* sobre a sociedade e seu poder dentro de uma redação. Esta monografia ainda faz uma análise do trabalho do jornal O Estado de S.Paulo sobre três capas publicadas no período mais forte do Furacão Sandy, nos Estados Unidos, e sua relação com o processo eleitoral norte-americano de 2012.

Palavras-chave: Notícia. *Newsmaking*. *Gatekeeper*. Influência. Furacão. Eleições.

ABSTRACT

The present work aims to address the various issues surrounding the construction of news. Newspapers around the world live the daily challenge of defining what agenda will be in a print edition. Therefore, newspapers need to analyze various social contexts and the real political and economic importance of an event for the population. With this work, we try to analyze these key aspects during the editing of a newspaper and what puts news on the first page of a communication company. In addition, changes in the course of preparation of a newspaper with new facts also gains ground in this production. The intention is also to try to understand what matters to readers and the influence of the gatekeeper on society and its power in newsrooms. This thesis also analyzes the work of the newspaper O Estado de S. Paulo on three covers published between Sandy hurricane in the United States and its relationship to the U.S. election of 2012.

Keywords: News. Newsmaking. Gatekeeper. Influence. Hurricane. Elections.

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	10
1. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA	12
1.1. Os primeiros passos	14
1.2. A função social do <i>gatekeeper</i>	18
1.3. <i>Gates</i> “ocultos” e ética	23
2. OS DESAFIOS E CRITÉRIOS PARA A SELEÇÃO DE PAUTAS	27
2.1. O que alça uma notícia à primeira página?	28
2.2. Fato novo: a mudança de estratégias de cobertura	31
3. AS OPÇÕES DOS EDITORES	35
3.1. O que interessa ao leitor?	36
3.2. A influência do <i>gatekeeper</i>	39
4. O “ESTADO”: CONTEXTUALIZAÇÃO E ASPECTOS EDITORIAIS	43
4.1. Eleição norte-americana e Furacão Sandy	46
4.2. Análise: o trabalho jornalístico de O Estado de S.Paulo	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
REFERÊNCIAS	57
ANEXOS	60
Anexo 1: capa de O Estado de S.Paulo de 29 de outubro de 2012	60
Anexo 2: capa de O Estado de S.Paulo de 30 de outubro de 2012	61
Anexo 3: capa de O Estado de S.Paulo de 31 de outubro de 2012	62

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Invariavelmente, grande parte das situações que envolvem os Estados Unidos chama a atenção do mundo. Seja pelo poder econômico norte-americano e sua consequente influência sobre mercados e organizações políticas ao redor do planeta, seja por sua capacidade bélica ou a constante paranoia de estar sob alvo de terroristas, seja pelo ambiente e decisões políticas, a chamada terra do “Tio Sam” está constantemente nos holofotes da mídia global.

O período eleitoral de 2012 nos Estados Unidos foi o primeiro com a presença massiva das redes sociais no cotidiano da sociedade. Especialmente na noite da eleição, foram milhões de tweets e postagens no Facebook trazendo relatos da apuração de votos e reflexos da eleição ao redor do mundo. Diante de gigantesca repercussão que uma eleição nos Estados Unidos pode causar, veículos de comunicação – os de grande porte, principalmente –, promoveram o evento como um dos mais importantes do planeta – e da História –, como costumeiramente ocorre. O assunto esteve nas capas dos jornais brasileiros quase todos os dias durante o período de campanha de Barack Obama e Mitt Romney.

Estudar as formas de construção das notícias a partir das hipóteses do *newsmaking* e *gatekeeper*, pode desvendar situações que levam em conta a postura de um periódico diante de determinadas situações – neste caso, a cobertura, em jornais impressos, da campanha eleitoral de 2012 nos Estados Unidos, destacando apenas as capas publicadas em determinado período. Na ocasião deste trabalho, há o adendo dos fatos que envolvem o Furacão Sandy e os consequentes desafios impostos às redações dos periódicos que serão aqui analisados. Aqui, deve-se considerar em que pontos o fenômeno climático alterou os rumos das redações no que diz respeito às publicações de informações referentes à campanha eleitoral norte-americana nas primeiras páginas. Consideramos, neste momento, a estratégia de um veículo de comunicação para não deixar um assunto de ampla relevância em segundo plano diante do surgimento de outro fato de proporcional impacto.

Evidenciar-se-á a própria decisão dos jornais em dar ou não mais destaque para determinadas situações, os critérios aplicados no processo de construção das capas de jornais e o respectivo espaço dado às eleições norte-americanas, assim como a estratégia aplicada para que o assunto não fosse colocado em segundo plano com a chegada do Furacão Sandy.

O veículo de comunicação selecionado para análise nesta monografia é o jornal O Estado de S.Paulo, sediado no município de São Paulo. Serão observadas três capas publicadas durante os eventos do Furacão Sandy e sua “mescla” com os fatos que envolvem a campanha eleitoral norte-americana. São as edições dos dias 29, 30 e 31 de outubro de 2012.

A ideia é contribuir para a construção de um jornalismo cada vez mais criterioso, ético, coeso, imparcial e livre. Evidentemente que a situação aqui posta é apenas um exemplo para ocasiões semelhantes que surgem nas pautas dos jornais e impõem um desafio importante para os jornalistas. Assim, é possível refletir sobre as posturas das publicações e o que as leva a dedicar espaço maior a um ou outro acontecimento, principalmente quando são fatos de magnitude parecida, e que vai, de alguma forma, guiar e influenciar o leitor no processo de construção de uma opinião.

1. CONTEXTUALIZAÇÃO TEÓRICA: *NEWSMAKING E GATEKEEPER*

Que notícias estarão em destaque na edição de um jornal? O que o público está interessado em ler, em acompanhar? Quais são os critérios jornalísticos que alçam uma informação à condição de uma das mais importantes estampadas na capa de um periódico? São, estas, questões minimamente necessárias para começar a compreender o processo de seleção de notícias.

Como ponto de partida, é possível afirmar que as teorias do *newsmaking*¹ e *gatekeeper*² apontam os critérios de noticiabilidade e edição de fatos que mexem com o cotidiano da sociedade, assim como o desafio para o jornalista em optar entre o que deve e o que não deve ser publicado em um veículo de comunicação. Para apresentar e aprofundar as teorias, em uma abordagem inicial que engloba a maioria dos autores mais importantes sobre o tema, recorreremos a Shoemaker e Vos (2011).

Os autores apresentam um resgate histórico da teoria do *gatekeeper*, citando teóricos e meios aplicados para explicar um dos processos mais importantes na produção de notícias. Os autores destacam fatores importantes na decisão de jornalistas para publicar uma informação, sejam eles internos (das próprias redações) ou externos, como a relevância social da notícia.

A metáfora do *gatekeeper* ofereceu aos primeiros pesquisadores em comunicação um modelo para avaliar a maneira como ocorre a seleção e a razão pela qual alguns itens são escolhidos e outros são rejeitados. Ela também ofereceu uma estrutura para o estudo de outros processos além da seleção, como, por exemplo, a forma como o conteúdo é modelado, estruturado, posicionado e cronometrado (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 23).

¹ Teoria da comunicação que estuda o processo de produção das notícias. Em tradução livre, representa o processo de “fazer notícias”.

² Teoria da comunicação que analisa o trabalho do profissional responsável por “filtrar” as informações. Em tradução livre, representa o “guardião do portão”.

Alterações também são consideradas pelos autores como uma ação do *gatekeeper*, embora não especificuem exatamente que mudanças são essas. Neste ponto, porém, podem-se apontar outros rumos no mote da produção jornalística e na forma de levar a informação ao público a partir da ação do *gatekeeper* como mudanças mencionadas por Shoemaker e Vos (2011).

Os autores ainda colocam em evidência o poder que o *gatekeeper* possui para restringir ou liberar a “passagem” das notícias. Isso ocorre em níveis diferentes, dependendo da abrangência do veículo de comunicação, do número de leitores, ouvintes ou telespectadores. O *gatekeeper*, ao permitir a passagem ou não da informação pelos “portões” da redação, passa a ter um papel fundamental no processo de transformação social, pois, se por um lado pode levar os dados completos de um acontecimento, por outro, ao restringir informações, pode não estar oferecendo ao público o que de fato ocorreu em determinada situação. Isso tudo acontece ainda que o jornalista já tenha feito toda a apuração dos fatos e que todo o acontecimento já tenha sido consumado.

Concluimos, assim, que o processo de *gatekeeping* envolve não apenas a seleção ou rejeição de itens, mas também o processo de modificá-los de forma a torná-los mais atraentes para o consumidor final [...] Um aspecto importante da teoria de Lewin é a noção de que as *forças* determinam se um dado item atravessará um portão ou não. Com os portões controlando o acesso a todas as seções de todos os canais, fica claro que as forças operam ao longo dos canais (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 26).

De maneira secundária, considerando a ideia de globalização da informação e as diversas formas de difusão de dados, Shoemaker e Vos (2011) destacam a influência dos *gatekeepers* ao avaliar quais informações podem cruzar os “portões” rumo ao conhecimento social. Embora este estudo esteja voltado às mídias impressas, hoje fica cada vez mais evidente a força, principalmente das redes sociais, da própria sociedade como difusora de informações. Basta observar o número de *blogs* existentes hoje na grande rede e a incursão cada vez maior de jornalismo cidadão nas redações de veículos de comunicação ao redor do mundo. A participação do público externo pode, em determinado momento, influenciar a decisão de um periódico sobre o que estará na capa da edição, embora situações assim sejam raras e não vão ganhar destaque neste estudo.

1.1. Os primeiros passos

Lewin (1947) é considerado um dos primeiros autores a usar a expressão *gatekeeper* para explicar situações que envolvam aprovação ou reprovação de passagem de informações, desejos e vontades sociais pelo “gate” (portão, em inglês). O método didático do escritor ajuda a entender a teoria, ao criar uma situação em que uma família toma decisões sobre a compra de alimentos, sempre sob a aprovação de um dos integrantes do grupo.

Este exemplo indica que uma certa área dentro de um canal pode funcionar como um “portão”, a constelação de forças antes e depois da região do portão é decisivamente diferente, de tal maneira que a passagem ou não da unidade através de todo o canal depende de um elevado grau de conhecimento sobre o que acontece na região do portão. Isso vale não apenas para canais de alimentos, mas também para a viagem da notícia através de certos canais de comunicação em um grupo, para circulação de mercadorias e a locomoção social dos indivíduos em muitas organizações (LEWIN, 1947, p. 145).

É uma idealização deveras semelhante àquela encontrada nas redações de jornais. Obviamente, porém, a decisão de uma família sobre o que estará à mesa para as refeições não possui poder para transformação social ou qualquer aspecto em grande escala de influência social. A esse processo inicialmente simples e didático, então, Lewin aplica o processo da comunicação, quando jornalistas precisam decidir aquilo que será “servido” aos leitores, ouvintes ou aos telespectadores. Após a informação ser “colocada à mesa”, dependendo da relevância do noticiário e daquilo que for consumido por quem estiver “sentado ao redor da mesa”, poderá desencadear um processo de transformação social, ainda que em pequenas proporções. Por outro lado, a passagem da informação pelo portão pode, também, não trazer representação à sociedade. Neste ponto, damos passagem à Beltrão (1992), do qual trataremos de maneira aprofundada nas próximas páginas.

Se a mensagem não corresponde ao objetivo do receptor, sem dúvida que, mesmo que tenha chegado a percebê-la, fará à sua solicitação o que se convencionou chamar “ouvidos de mercador”. Quando tal ocorre e o receptor permanece surdo, mudo, inerte, sem qualquer expressão significativa, o processo da comunicação não se conclui (BELTRÃO, 1992, p. 100).

Outro dos aspectos de suma importância apontados pelo autor são os fatores externos e internos que podem influenciar na decisão de passar conteúdos pelos *gates*

ou de apenas propor a apuração de informações sobre um acontecimento, ainda que não esteja, no caso, nas páginas do jornal do dia seguinte. Lewin explica como isso acontece e como ocorrem as situações de planejamento:

Ação social planejada geralmente surge de uma forma de “ideia” mais ou menos vaga. Um objetivo aparece na forma turva de um sonho ou de um desejo, o que dificilmente pode ser chamado de objetivo. Para se tornar real, para ser capaz de orientar a ação, algo tem de ser desenvolvido, que poderia ser chamado de um “plano”. A transição de uma ideia para um plano pressupõe que: (i) O objetivo tem de ser esclarecido; (ii) O caminho para a meta e os meios disponíveis tem de ser determinado; (iii) A estratégia de ação tem de ser desenvolvida (LEWIN, 1947, p. 147).

Este, evidentemente, é um esquema resumido que pode exemplificar tanto as ações sociais quanto as que se passam durante o planejamento de uma edição jornalística. Vejamos: se um grupo de pessoas deseja realizar uma manifestação sob uma determinada bandeira, esta precisa ser planejada – neste ponto, ainda é um sonho que pode se tornar um objetivo. Se a meta for clareada, se for estabelecido um caminho para o objetivo e uma estratégia de ação for devidamente montada, é muito provável que este grupo ganhe notoriedade pela sociedade. Sob outro olhar, consideremos o meio jornalístico. Ao observar que tal fato ocorre pelas ruas de determinada cidade, o repórter idealiza a reportagem que estará circulando pelas mãos dos leitores em breve. Para tal, porém, precisa de um plano, que consiste, basicamente, em ter um objetivo, pontuar caminhos para que o leitor compreenda o que acontece e elaborar uma estratégia, que pode ser textual, neste caso, de modo que a informação passe pelos *gates* ou pelos editores – os *gatekeepers*.

Similar a este processo, é possível introduzir os estudos de Beltrão (1992) sobre a comunicação. A abordagem, ainda que indireta, do autor sobre a teoria de *newsmaking* e *gatekeeper* é tão didática e básica que está estritamente ligada às demais teorias que envolvem a comunicação social. Neste aspecto, coloca o esquema EMISSOR – MENSAGEM – RECEPTOR em destaque.

Identifica-se o comunicador como aquele que fala, escreve, desenha, faz gestos e movimentos significativos; pessoa ou organismo idealizador, codificador e emissor da mensagem. Este é um sinal, cujo significado pode ser interpretado e que toma diversas formas simbólicas [...] o receptor é a pessoa ou organismo capaz de ver, ouvir, sentir o impacto, receber e decodificar a mensagem partida do outro e, por sua vez, transformar-se em emissor, mediante uma reação (resposta) aos estímulos (reatores) nela contidos (BELTRÃO, 1992, p. 93).

É o processo básico e fundamental da comunicação. O trabalho de repórteres e editores precisa ser claro e objetivo, mas sem perder a possibilidade de lidar com a opinião pública e demonstrar alguma maneira de modificar estruturas sociais com o objetivo de construir uma sociedade crítica, bem-informada e participativa. Conforme Wolf (1995, p. 162), “as zonas filtro são controladas por sistemas objectivos de regras ou por “gatekeepers”. Neste último caso, há um indivíduo, ou um grupo, que tem o “poder de decidir se deixa passar a informação ou se a bloqueia”.

Para tal, porém, é necessário que os profissionais do meio da comunicação social conheçam o ambiente onde estão, aspectos culturais e aquilo que realmente interessa ao seu público. Beltrão detalha pontos importantes sobre este filão da atuação jornalística:

Domínio do ambiente sócio-cultural em que se desenrola a ação comunicativa. Tal domínio implica 1) o conhecimento de si mesmo, ou seja da sua posição dentro do sistema sócio-cultural, do seu conceito e crédito frente ao receptor, e da situação circunstancial (tempo e oportunidade) em que se encontra ao desencadear o processo comunicativo; 2) o conhecimento do outro sob os mesmos aspectos, e, ainda, o da capacidade de percepção e acolhimento da mensagem por parte do interlocutor [...] (1992, p. 98).

Ainda que o jornalista necessite de conhecimento prévio sobre aquilo que vai apurar e, posteriormente, escrever, Lippmann (1921), outro dos autores escolhidos para incrementar este estudo, contrapõe a ideia de que o noticiário é um espelho das condições da sociedade. É como se, na verdade, o jornalismo fosse um recorte da realidade, a partir do momento em que seleciona as informações e acontecimentos mais importantes para levar ao leitor.

É natural que isso aconteça a partir de uma ideia de que nem tudo o que está na sociedade se transforma em notícia e nem os jornais contam com espaço suficiente para dar todas as informações. Vai depender das decisões dos *gatekeepers*, podendo uma mesma história ser aprofundada ou mesmo deixada de lado após minimamente desenvolvida.

No primeiro caso, por conseguinte, a notícia não é um espelho de condições sociais, mas o relatório de um aspecto que está obstruído. A notícia não lhe diz como a semente está germinando no solo, mas pode dizer-lhe quando o primeiro broto rompe a superfície. Pode mesmo dizer-lhe o que alguém diz que está acontecendo com a semente sob a terra. Pode dizer-lhe que o broto não surgiu no momento em que era esperado. Quanto mais pontos, então,

pelo que qualquer acontecimento pode ser corrigido, objetivado, medido, com o nome, mais pontos há em que pode ocorrer notícia (LIPPMANN, 1921, p. 200).

Este ponto de Lippmann, embora importante, não exclui a óbvia necessidade de o jornalista ser capaz de transformar a informação bruta em algo produzido de maneira a ser compreendido pelo leitor: “O comunicador desenvolve a técnica adequada para que a mensagem prenda a atenção, desperte o interesse e resulte em estímulo para desencadear processo semelhante no receptor” (BELTRÃO, 1992, p. 99). O autor elucida pontos sobre a recepção e resposta ao processo, porém sem considerar a bilateralidade proporcionada hoje pela Internet – temática que não faz parte deste estudo –; leva em conta apenas o jornalismo impresso ou radiofônico.

Esta relação entre emissor e receptor e as informações que passam pelos “portões” das redações é colocada em foco por Iser (ISER et al., 2003), em trechos da sua produção. O autor alemão traz uma densa subjetividade nos seus estudos sobre a comunicação social. Mesmo sem colocá-lo diretamente, aponta o processo de comunicação como um jogo, no qual o texto é levado ao leitor (no caso, autor e leitor são jogadores) e poderá mudar um ambiente, seja para edificá-lo ou destruí-lo completamente. Iser (ISER et al., 2003) aponta, de forma subjetiva em sua teorização, que a atuação dos meios de comunicação é decisiva para os rumos sociais e pode sofrer algum tipo de resposta ou retaliação.

Os autores jogam com os leitores e o texto é o campo do jogo. O próprio texto é o resultado de um ato intencional pelo qual um autor se refere e intervém em um mundo existente, mas, conquanto o ato seja intencional, visa a algo que ainda não é acessível à consciência. Assim o texto é composto por um mundo que ainda há de ser identificado e que é esboçado de modo a incitar o leitor a imaginá-lo e, por fim, a interpretá-lo. Essa dupla operação de imaginar e interpretar faz com o que o leitor se empenhe na tarefa de visualizar as muitas formas possíveis do mundo identificável, de modo que, inevitavelmente, o mundo repetido no texto começa a sofrer modificações. Pois não importa que novas formas o leitor traz à vida: todas elas transgridem – e, daí, modificam – o mundo referencial contido no texto. Ora, como o texto é ficcional, automaticamente invoca a convenção de um contrato entre autor e leitor, indicador de que o mundo textual há de ser concebido, não como realidade, mas *como se* fosse realidade. Assim o que quer que seja repetido no texto não visa a denotar o mundo, mas apenas um mundo encenado. Este pode repetir uma realidade identificável, mas contém uma diferença decisiva: o que sucede dentro dele não tem as conseqüências inerentes ao mundo real referido. Assim, ao se expor a si mesma a ficcionalidade assinala que tudo é tão-só de ser considerado *como se* fosse o que parece ser (ISER et al., 2003, p. 107).

A opinião da sociedade e a participação da comunidade em espaços sociais representam um fator determinante para o desenvolvimento de uma região, de um aglomerado de pessoas. Os meios de comunicação proporcionam também isso, exatamente como agentes formadores de opinião que são. Muito mais do que informar, o profissional da comunicação precisa ser capaz de incitar debates a partir da abordagem de determinado assunto. Não queremos afirmar aqui que, para isso, seja necessário que o veículo opte por apoiar ponto A ou ponto B. A situação por si só delineada nas páginas do periódico já basta – embora isso mesmo represente uma forma de parcialidade, pois, a partir do momento em que o *gatekeeper* seleciona uma informação, é altamente provável que terá de rechaçar outra.

Já a “ficcionalidade” apontada por Iser (ISER et al., 2003) no recorte anterior, pode ser interpretada como o lado negativo às vezes denotado no jornalismo. A este aspecto apontamos as várias situações no processo de produção de notícias, quando a realidade não está apresentada em sua totalidade àqueles que a buscam. Este debate, porém, está posto de maneira aprofundada no item 2.3.

1.2. A função social do *gatekeeper*

Os *gatekeepers* são personagens constantemente atuantes dentro das redações, capazes de exercer sua força intelectual para gerar publicações. Isso tem relação direta com a sociedade, pois, além de ser o destino das informações processadas no dia anterior dentro do jornal, pode ser determinante para o desencadeamento de reações de quaisquer espécies a partir do que é publicado.

Embora traga um debate muito mais voltado à elaboração de reportagens e às decisões tomadas para escrita a partir da pirâmide invertida, Genro Filho (1989) apresenta alguns pontos que se encaixam no debate acerca das opções de *gatekeepers* para a divulgação de informações, como a importância do fato e o interesse social que este adquire. De forma semelhante, aborda a relevância social do jornalismo.

A pauta em destaque precisa, necessariamente, ser aquela que vai causar alguma alteração social, a ponto de atingir as pessoas ideológica e politicamente.

São os *atos jornalísticos*, objetos das notícias, que constituem a menor unidade de significação. O jornalismo tem uma maneira própria de perceber e produzir “seus fatos”. Sabemos que os fatos não existem previamente como tais. Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são recortados e construídos obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas (GENRO FILHO, 1989, p. 186).

O autor não faz a abordagem sobre a pirâmide na forma textual do jornalismo, que envolve a construção do texto a partir do *lead* e a colocação das informações das mais relevantes para as menos relevantes. Genro Filho (1989) aborda, de maneira geral, que as notícias são recortes da realidade que fazem parte de um fluxo contínuo. Recortados, passam pelo processo de produção e construção de acordo com um conceito de objetividade e subjetividade. Além disso, o escritor mostra que quanto mais inusitado o acontecimento, mais importância este terá no noticiário. Mesmo assim, ainda aqueles fatos de pouca importância social poderão ter espaço nos veículos de comunicação pelo que são por si só, pelo inusitado, por ser algo inesperado perante o público.

Os fatos jornalísticos são um recorte no fluxo contínuo, uma parte que, em certa medida, é separada arbitrariamente do todo. *Nessa medida*, é inevitável que os fatos sejam em si mesmos, uma escolha. Mas, para evitar o subjetivismo e o relativismo, é importante agregar que essa escolha está delimitada pela matéria objetiva, ou seja, por uma substância histórica e socialmente constituída, independentemente dos enfoques subjetivos e ideológicos em jogo. A verdade, assim, é um processo de revelação e constituição dessa substância (GENRO FILHO, 1989, p. 188).

Os conceitos de ideologias e técnicas da notícia de Lage (2001) são importantes para definir a maneira como as notícias são produzidas. O autor é bastante metódico ao explicar fatores que influenciam o processo de produção das notícias e apresenta pontos fundamentais que vão despertar a atenção daqueles que vão em busca da informação constantemente: proximidade, atualidade, identificação, intensidade, ineditismo e oportunidade. Aqui o foco especial é na proximidade e intensidade, considerando os objetos de estudo desta pesquisa – estes dois pontos sublinhados estarão novamente em evidência nos capítulos seguintes.

A técnica de produção industrial de notícias estabeleceu com este fim critérios de avaliação formal, considerando constatações empíricas, pressupostos ideológicos e fragmentos de conhecimento científico. As transformações da sociedade são detectadas como tendências, para cuja satisfação se produz bens simbólicos de novo aspecto: os estudos de mercado informam com frequência sobre a penetração da ideologia no público e viabilizam penetração ainda maior (LAGE, 2001, p. 92).

O estudo de Lage (2001) traz ainda questões de importância da informação e o grau de penetração que terá na sociedade. De forma geral, o público prefere aquilo que está próximo a si, mas aspectos numéricos também fazem parte desta preferência. De acordo com o autor, a cultura de uma sociedade, independentemente do posicionamento do jornal sobre determinado assunto e outros fatores, comerciais, por exemplo, é fator determinante para o que será alçado à condição de destaque de um periódico. Neste ponto há que se discordar imediatamente de Lage (2001), pois em diversas situações o jornal se sobrepõe aos conteúdos que o público deseja ver dentro de um ambiente cultural preestabelecido. Em outro ponto do texto, porém, o autor retoma o assunto e assevera que o jornalista passa por um processo de influência que pode direcionar o seu trabalho, que ele não põe no papel o que observou nas ruas, apenas destaca aquilo que ouviu de suas fontes, cuja relação também é observada por Lage (2001), principalmente no que diz respeito à captação daquilo que é verdadeiro.

Notícias são relatos de aparências codificadas (a) pelo código semiológico (ou lingüístico), (b) pelas técnicas de nomeação, ordenação e seleção, (c) por um *estilo*. Obedecidas estas três ordens de restrições ao elenco de possibilidades do enunciado, a verdade se apresenta como conformidade do texto com o acontecimento aparente. Tal conformidade, supostamente, qualifica o jornalista como correto, honesto; a inconformidade o qualificaria como incorreto e desonesto. A obediência ao código e à técnica mede sua competência e domínio da expressão (LAGE, 2001, p. 148).

As técnicas de codificação em jornalismo, apresentadas por Erbolato (1991), proporcionam um embasamento sobre a teoria do *newsmaking*, aspecto a ser abordado neste estudo juntamente com o *gatekeeper*. As informações trazidas pelo autor, em suma, funcionam como um passo a passo no processo de construção das notícias e ajudam a compreender os desafios, paradoxos e papel social da profissão de jornalista e de veículos de comunicação, especialmente no que respeita às tendências editoriais.

O autor cita uma série de fatores determinantes para que um veículo de comunicação adote determinada pauta e opte por fazer uso nas páginas do jornal. “A mensagem jornalística deve bombardear o receptor, despertar-lhe o interesse e provocar, conforme o tema, comentários e discussões entre grupos interessados” (ERBOLATO 1991, p. 56). Na listagem geral de aspectos trazidos pelo escritor, para este estudo destacam-se (sempre em relação ao fato) o marco geográfico, que, “segundo Jacques Kayser, é aquele que se refere à notícia e não o de sua procedência” (ERBOLATO,

1991, p. 61); proeminência, ou “tudo o que se refere a pessoas importantes [...] encontra interessados” (ERBOLATO, 1991, p. 61); importância, pois “está no critério do editor avaliar, entre várias matérias, qual a mais importante e selecioná-la” (ERBOLATO, 1991, p. 63); política editorial do jornal, afinal de contas “cada órgão tem as suas diretrizes: dar mais destaque ao crime, ou ao esporte, ou à política, ou à agricultura”. Há assuntos que, para determinados matutinos, quase constituem *tabus*, isto é, não chegam a ser publicados de maneira alguma (ERBOLATO, 1991, p. 63); e expectativa, pois “há assuntos que levam o leitor a procurar os jornais diariamente a fim de saber se houve solução para determinados casos [...]” (ERBOLATO, 1991, p. 64).

A primeira tarefa do jornalista é *saber o que deve publicar*. Cabe-lhe fazer a seleção entre milhares de notícias que chegam à Redação, colocadas pelas agências, repórteres, redatores [...], além dos correspondentes e enviados especiais. Cada uma delas, depois de selecionada, precisa *ser medida*, dentro do valor exato que possui para a classe de leitores do jornal (ERBOLATO, 1991, p. 19).

Enfim, pode-se destacar que “o que é notícia?” é o principal mote da obra de Erbolato (1991). O autor põe em foco o fato de que a notícia deve atrair o leitor e ser analisada e medida após ser apurada, para que se tenha a mensuração necessária para entender o que há de relevante para a sociedade. A aproximação social da notícia, a política editorial do jornal e a localização do acontecimento são alguns dos fatores apontados por Erbolato (1991) na decisão de editores para levar informação ao público e manter este ligado ao veículo de comunicação.

O jornal é uma espécie de *caixa escura*, cuja estrutura interna não pode ser diretamente observável. Toda Redação é, simultaneamente, um *receptor* de mensagens [...] e um *emissor* de parte do que recebe [...]. No intervalo de tempo que separa a *recepção* da *emissão*, a informação é tratada, preparada e acondicionada na *caixa escura*. A teoria da informação lembra Albert Kientz, que ensina que a inteligibilidade de uma notícia exige certa redundância e que os jornais selecionam as informações segundo o grau de implicação de cada uma delas, retendo as que pouco se distanciam psicologicamente dos indivíduos (ERBOLATO, 1991, p. 50).

Marcondes Filho (1989) deixa implícito que o jornalismo pode não ser um espelho do real, pois a informação é um fragmento de um cenário de acontecimentos. Por isso, também é importante ao receptor compreender estes processos e, da mesma forma que o jornalista, ser um ator inquieto, que, mesmo apoiado na opinião de especialistas, tenta a compreensão e debate sobre variados temas a partir de uma base jornalística.

A notícia, tal qual se apresenta para o receptor, como forma “quebrada” de realidade, como pedaço do real, de onde se abstrai somente o fato específico que a originou, e como disposição múltipla e diversificada no jornal, na televisão, no rádio, no cinema, atua no receptor participando de um jogo psíquico, em que num momento ela desencadeia processos de preocupação e, noutro, de alívio e descontração (MARCONDES FILHO, 1989, p. 14).

Pelo mesmo viés, estes receptores, ao estarem sujeitos a informações diariamente, podem testemunhar diferentes emoções, de acordo com o teor de uma notícia ou o impacto de um acontecimento. É um dos meios que o jornalismo encontra de suscitar diálogos e debates para modificações sociais.

Os jornalistas, porém, precisam criar esse caminho, conduzir o leitor a um espaço onde as discussões agreguem valor à sociedade de maneira geral. Por isso a imparcialidade faz-se importante – a tão falada liberdade de imprensa não foi dada aos veículos de comunicação para que transgridam valores éticos no jornalismo. Da mesma forma, não representa a produção de um noticiário tendencioso e de teor manipulatório. Neste contexto, Traquina (2000) é, pois, um dos autores abordados durante o desenvolvimento desta monografia:

Foi crucial [...] a noção de “imprensa livre” ou o jornalismo como “quarto poder”, que definiram um *ethos* próprio para os jornalistas, nomeadamente o de um comunicador desinteressado que não só serve a opinião pública e constitui uma arma, imprescindível em democracia, contra a tirania insensível ou quaisquer eventuais abusos de poder, mas também que se sente comprometido com a verdade (TRAQUINA, 2000, p. 25).

O autor faz uma abordagem voltada a questões políticas e sua relação com os veículos de comunicação, mas com foco para o agendamento que deve partir dos jornais e sua relação com a sociedade. Traquina pontua questões importantes sobre ética, imparcialidade e manipulação dentro do jornalismo, aprofundados no item 1.3.

McCombs e Shaw (1972) são autores que integram a lista de referências para esta monografia. Os teóricos, responsáveis por analisar os avanços das pesquisas sobre agendamento, estão nesta pesquisa a partir do momento em que complementam as ideias que envolvem o agendamento no jornalismo e seu relacionamento com a “agenda pública”. Isso reforça a tese de participação social dentro do jornalismo, mas a partir da “criação” de fatos em ambientes externos, que só entrarão nos jornais após o crivo dos *gatekeepers*.

Esta exploração do jornalismo enquanto género distingue-se do trabalho anterior porque as características dos relatos jornalísticos são relacionados com variáveis fundamentais definidas pela teoria do agendamento. Estas variáveis – que são efeitos do agendamento no sentido clássico daquela expressão – incluem a relevância dos assuntos, a da política em termos globais e a de perspectivas específicas no tratamento dos temas da actualidade. Esta abordagem relaciona as reacções da audiência com aspectos específicos do conteúdo dos media [...], em vez de estabelecer ligações entre essas reacções e as medições globais ou tópicas do conteúdo das media [...] ou meras medições amplas da frequência de exposição aos vários media noticiosos (MCCOMBS; SHAW apud TRAQUINA, 2000, p. 129).

Fica clara a intenção de estudos dos autores ao relacionar até mesmo a recepção da audiência quanto ao que é publicado pela mídia. É uma relação que vai muito além do fato de entregar a informação e obter um retorno simplista da sociedade, principalmente em formato de números. O que é necessário buscar é uma resposta da população sobre o que é publicado no sentido de gerar debates e contribuir, de alguma maneira, para a evolução social.

1.3. *Gates* “ocultos” e ética

Por ser uma atividade inerente a diversos fatores, a prática jornalística pode ser beneficiada ou prejudicada de acordo com a influência exercida sobre si. Sabe-se que os profissionais de redações de jornais, conforme autores já apresentados, passam por uma série de situações que envolvem a seleção de notícias. A mais importante delas talvez seja a influência social. Existem, porém, fatores propriamente internos de veículos de comunicação social que podem ser determinantes para decidir o que estampará a primeira página de um jornal.

Um dos autores consultados para esta pesquisa é Ross (2001). A obra do escritor está relacionada às pressões comerciais e políticas exercidas sobre veículos de comunicação para a publicação de informações. O autor adota uma postura crítica em relação a empresários que pressionam e veículos que se submetem a essas ações. Ross (2001) defende práticas moderadas e o foco para um jornalismo que aborde o que o público quer ver e tenha a verdadeira relevância social. Embora esta temática não seja exatamente relacionada ao tema desta monografia, o material traz alguns pontos que tratam sobre a atuação jornalística, que se tornam interessantes para o progresso da produção.

Embora a oferta com manchetes, fotos e tiras cômicas das notícias interessantes – fraudes e acidentes, sociedade e esportes, assim como economia e política –, o jornal constituído como fundação não dramatizaria o delito, ou a fofoca de assuntos privados; sobretudo não “falsificaria”, “inclinaria” ou faria sensacionalismo com as notícias. Respeitando o suficiente para não seguir táticas de espionagem pelo olho da fechadura e sendo bastante sério para não dar notícias banais da parafernália dos casamentos e do tribunal de divórcios, um jornal assim não poderia começar igualando a tiragem da imprensa comercial, mas chegaria a aqueles que alcançam o público através de semanários e mensais e informaria aos professores, pregadores universitários e homens públicos que falam com as pessoas cara a cara. Além disso, seria um jornal corretivo, que ofereceria um ponto de apoio saudável para elevar o nível da imprensa comercial. Os grandes jornais não se atreveriam a ficar presos a um silenciamento ou “cozinhando” as notícias. As revelações de um diário independente acreditado por todos seriam um terror para aqueles; e, sob o estímulo de um concorrente que não se deixa intimidar, comprar ou vender, mesmo que apenas pela própria sobrevivência, a dizer a verdade mais frequentemente do que fazem (ROSS, 2001, p. 202).

Percebe-se, aqui, que o autor aborda a produção jornalística não apenas sob a condição de influências políticas ou comerciais, diante da necessidade de relatar a verdade ao público leitor. Ross (2001) destaca a própria qualidade dessa produção, tantas vezes deixada de lado na pauta dos veículos de comunicação.

É exatamente essa “não independência” dos veículos de comunicação que levanta acaloradas discussões e contestações por parte daqueles que se sentem prejudicados dentro do processo criado pelos jornais para a produção de notícias. Por vezes, as reclamações envolvem a parcialidade de um veículo de comunicação ou o tratamento equivocado dado a determinados assuntos (que, aqui, vão muito além de economia e política, dois assuntos que costumeiramente resultam em debates sobre a atuação da imprensa); quase sempre com razão. Daí a importância da busca por um jornalismo mais ético, coerente e imparcial, que não se submeta a imposições, principalmente externas.

É hoje comum sublinhar o poder dos *media* (os meios de comunicação social), quando não denunciá-lo, como prepotente, perverso e mesmo perigoso para o cidadão e a própria sociedade democrática. É preciso dizer que, muitas vezes, a lógica destas críticas precisa de ser inserida numa estratégia que faz parte de uma luta política empreendida por alguns profissionais do campo político, cujo objectivo é visar uma comunidade de mensageiros midiáticos, os jornalistas, com o intuito de reduzir o seu espaço de autonomia (TRAQUINA, 2000, p. 13).

Para atingir tal âmbito de trabalho que vá exatamente ao encontro dessa ideia apresentada por Traquina, entra em cena a ética – aplicada não somente às situações

apontadas nesta monografia, mas que pode representar o equilíbrio de uma ação que não pode ter tropeços, sob pena de causar um efeito dominó e colocar por terra todo um trabalho. Não basta saber o que publicar em um jornal, é preciso entender como isso deve ser feito e com que linguagens e meios atingir o leitor de maneira adequada.

A função do editor na produção de Ribeiro (2003) aborda pontos que envolvem não somente o *newsmaking* e o *gatekeeper*, mas aprofunda a discussão sobre ética jornalística, sobre aquilo que deve ou não passar pelos “portões” jornalísticos, citando, por exemplo, o código de ética da comunicação. A autora faz um estudo de caso sobre o trabalho desenvolvido pelos editores de jornais de Ijuí/RS, relacionando com o *newsmaking* e *gatekeeper* e sua importância na fase de seleção das notícias que estarão em destaque para a sociedade.

As hipóteses do *newsmaking* e da *agenda setting* são pertinentes na medida em que quem faz notícia é o jornalista, pois o valor daquilo que é dado como notícia, observando o fato de que as pessoas apenas recebem as notícias, é seu valor característico. Desse modo a interpretação crítica ou passiva que será feita pelo público receptor já está restringida ao que lhe foi informado (RIBEIRO, 2003, p. 27).

Em outro ponto de seu estudo, Ribeiro (2003) demonstra a grande responsabilidade que possuem os profissionais de comunicação que, diariamente, exercem influência sobre a sociedade:

Na medida em que se escolhe o que será divulgado na mídia, se define o que será discutido nas interações sociais, e o valor que o público dará àquela notícia, de acordo com o valor que esta foi tratada pelo jornalista. [...] Assim, a sociedade recebe as informações de um modo padronizado, onde já são determinados os assuntos a serem discutidos nos encontros sociais e isso, imediatamente, elimina o conhecimento do público a respeito daquelas informações que não estão inseridas nas pautas dos jornais (RIBEIRO, 2003, p. 29).

O planejamento de um jornal para a produção de uma edição e o trabalho do jornalista está em foco em capítulos da produção de Pena (2010). O autor comenta as pressões que são exercidas sobre o profissional de comunicação e os desafios das redações para lidar com a enxurrada de informações que surge diariamente – e seus critérios para que cheguem ao conhecimento do público.

[...] o processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais. Portanto,

embora o jornalista seja participante na construção da realidade, não há autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. O que diminui a pertinência de alguns enfoques conspiratórios na teoria do jornalismo, como, por exemplo, o paradigma da “manipulação da notícia”. Assim, uma suposta intenção manipuladora por parte do jornalista seria superada pelas imposições da produção jornalística (PENA, 2010, p. 129).

Ora, todo processo jornalístico sofre alguma influência, seja a partir de fatores internos ou externos, de influência social ou pressões – pressões essas que determinam o que o autor reproduz como uma forma de “manipulação de notícia”. Considerando que a pauta pode chegar ao repórter já “desfigurada” por um processo anterior de cuidado sobre a abordagem da informação, a produção jornalística do profissional pode ser afetada, partindo exatamente do fator essencial: a apuração.

O compromisso com esse aspecto material, real, do fato compõe um aspecto renitente, espontâneo e positivo do modo de ser dos jornalistas. Ele se opõe ao elenco das verdades acabadas que a sociedade propõe e o jornalista dispõe; à ilusão de que os fatos se bastam e conhecê-los é dominar o processo; à tendência de substituir uma teoria dos conteúdos pelo formalismo das técnicas, na produção de modelos particularmente fechados de diagramação e texto; em suma ao idealismo genérico da profissão (LAGE, 2001, p. 152).

A busca pela informação além daquilo que se apresenta como a única face de um acontecimento é um dos papéis mais importantes dos jornalistas. A informação transparente, bem-apurada e que ouve os dois lados de uma situação, é um fator que conta a favor da construção de um jornalismo e traz a verdadeira transformação social que os veículos de comunicação promovem diariamente.

2. OS DESAFIOS E CRITÉRIOS PARA SELEÇÃO DE PAUTAS

A seleção de pautas vai muito além de meramente observar o que está ocorrendo em determinado dia e lançar tudo às páginas de um jornal. Como já mencionado no capítulo anterior, uma série de fatores internos e externos regem a composição do material que estará nas mãos de leitores no dia seguinte. Essa mescla de situações representa um trabalho complexo para os *gatekeepers*.

São estes profissionais – os editores – os responsáveis pela passagem de reportagens pelos “portões” que vão levar informação à sociedade. Tamanha é a sua responsabilidade, e qualquer atitude errônea pode provocar mudanças sociais, políticas e econômicas em grande escala, a maioria delas pela divulgação de informações equivocadas.

Citemos dois exemplos: em abril de 2013, durante os fatos que sucederam o atentado na Maratona de Boston, uma agência de notícias chegou a noticiar que o presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, havia sido morto na Casa Branca, sede do Executivo norte-americano. A notícia, ainda que tenha sido pouco propagada entre veículos de comunicação e usuários da Internet, pois logo foi retirada do ar, trouxe uma reviravolta nas bolsas de valores ao redor do mundo. O cenário, já complicado para a economia à época logo após os atentados em Boston, trouxe pânico e ainda mais desânimo aos mercados globais. Em outra ocasião, durante a crise política que envolveu principalmente Coreia do Norte, Coreia do Sul, Japão e Estados Unidos, chegou-se a publicar que os japoneses haviam atacado um país de regime comunista – fato que não ocorreu e foi corrigido minutos após sua publicação, não sem antes causar apreensão entre os interessados no que ocorria naquela região da Ásia.

Um aspecto fundamental dessa cultura profissional é a partilha de valores quanto à importância ou ao interesse que uma ocorrência ou questão poderá ter; são os critérios de noticiabilidade, constituídos por um conjunto de valores-notícia (TRAQUINA, 2000, p. 25).

É bem verdade que jornalistas que atuam exclusivamente em veículos de mídia impressa têm mais tempo para apurar informações e para decidir o que será publicado no dia seguinte. Ainda, entretanto, que não seja objeto deste estudo, é importante notar que os *gatekeepers* em portais de notícias *on-line* precisam de atenção ainda maior, pois há uma enxurrada de informações que clama por um espaço de destaque e que pode representar grande repercussão social, política ou econômica.

Entender comportamentos sociais, ter conhecimento prévio sobre determinado tema e balancear interesses internos e externos são parte das características do trabalho do *gatekeeper* – a própria edição de texto, embora uma condição óbvia deste trabalho, consta nesta lista. Por este caminho, também é possível afirmar brevemente que o jornalismo impresso hoje tende a reproduzir conteúdos analíticos em escala superior ao registrado no passado – também pela concorrência que emerge dos meios *on-line* e a necessidade de dar a notícia sem que esta pareça “velha” ou “ultrapassada”.

2.1. O que alça uma notícia à primeira página?

Diariamente, redações de jornais ao redor do mundo precisam encontrar a melhor maneira de levar as informações ao público. Profissionais da comunicação trabalham para elaborar a capa – a primeira página – com as notícias mais importantes do dia anterior de uma maneira que ganhe a atenção do público potencial comprador do “impresso”. A referência a uma “capa chamativa”, entretanto, vai além de um bom esquema gráfico ou jogo de cores: as informações que ali estão passaram pelo crivo de profissionais que discutem a melhor maneira de transportar as notícias.

O objectivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes. Apesar de ser, evidentemente, um propósito claro, este objectivo é, como muitos outros fenómenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo. O mundo da vida quotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma “superabundância de acontecimentos [...]” São esses acontecimentos que o órgão de informação deve seleccionar. A selecção implica, pelo menos, o reconhecimento de que um acontecimento é um acontecimento e não uma casual sucessão de coisas cuja forma e cujo tipo se subtraem ao registo (TUCHMAN, 1977, p. 45 apud WOLF, 1995, p. 169).

Acredita-se, desta forma, que as manchetes de primeira página só estão estampadas naquele espaço porque representam algo importante para a sociedade ou

podem significar o começo de um despertar de interesse. Podem ser as informações que mais chamaram a atenção ao longo do dia anterior ou o começo de uma história que envolve denúncia e terá desdobramentos nos dias subsequentes a sua divulgação.

A citação de Erbolato nos permite afirmar que audiência a qualquer custo não é o caminho mais adequado para o progresso e o sucesso de um jornal. Desta forma, muitos veículos de comunicação poderiam recorrer a informações que chamam a atenção do público, mas não trazem qualquer tipo de contribuição social, política ou econômica. Tratar-se-ia, apenas, de um desserviço, diante de tantos acontecimentos que podem, de fato, representar alterações no comportamento global, por mínimas que essas mudanças sejam.

Além, entretanto, das possibilidades já elencadas dentro da produção diária no jornalismo, que afetam o rumo das pautas e da informação que chegará ao público, é impossível controlar a mentalidade daqueles que produzem notícias a partir de acontecimentos. Cada ser humano possui características próprias, pensamentos próprios que podem entrar em conflito com outros estilos de mentalidades. Este é um aspecto de suma importância, pois é uma condição que exige atenção para evitar que o trabalho deixe de ser imparcial. Acompanhemos:

Decidir o que é notícia e como será colocada a notícia ao público não é uma questão que se limita apenas à técnica, mas ao ato de tomar uma decisão, e isso implica fatores que estão além dos recursos de linguagem. São fatores que estão intrínsecos no caráter, na personalidade e na ideologia do jornalista (RIBEIRO, 2003, p. 24).

Transparência e completude são aspectos fundamentais do trabalho de um jornalista. Uma informação bem-apurada de um fato relevante vai ser a âncora para que a notícia esteja na primeira página do dia seguinte. Mesmo, porém, um acontecimento inicialmente secundário, se tratado com cuidado pelo jornalista, poderá passar pelos portões do *gatekeeper* não apenas para ser mais uma notícia de páginas internas, mas sim receber seu espaço na capa. Quanto à transparência, a informação apurada, livre de vícios que podem prejudicar a compreensão do acontecimento pelo público, é o caminho a ser trilhado para produções de qualidade.

Há dois gêneros de verdade consideráveis nas notícias. Uma verdade está no acordo íntimo entre o que está sendo narrado e o que de fato ocorreu. Outra,

disposta no paradigma da escolha de palavras, da ordem e seleção dos acontecimentos [...] (LAGE, 2001, p. 154).

Por ocasião deste estudo, entretanto, é importante levar em conta um aspecto que vai além do processo de produção das notícias, além da apuração de qualidade. A localização do acontecimento toma importância significativa na decisão dos *gatekeepers* em alçar uma notícia à primeira página. Evidentemente, o fato precisa ter relevância suficiente para representar um motivo para ser posto em destaque, mas quando está em outro ponto do planeta precisa ser visto com cautela a partir do momento em que é necessário entender o que é mais importante para os leitores.

Nessas arenas cívicas que se definem, em todo o mundo, por sistemas políticos e midiáticos abertos, o fluxo da opinião pública se encontra em evolução. Ao longo do tempo, cresce e diminui a relevância dos temas concretos, à medida que muda a atenção dos meios de comunicação de massa e do público (MCCOMBS, 2006, p. 83).

Em um exemplo livre, se considerarmos o processo eleitoral em um país como Chade, na África Central, é pouco provável que leitores de jornais no Brasil enxergarão este acontecimento na capa de um periódico. Nesse caso, ocorre que o país em questão não traz representatividade forte o bastante ao Brasil para merecer destaque. Por outro lado, a eleição norte-americana – um dos objetos desta pesquisa – tem ampla e constante repercussão nas páginas de um jornal. Desde o período pré-eleitoral até o dia da escolha presidencial, passando pelas propostas de campanha e os debates que envolvem candidatos Democratas e Republicanos, as publicações brasileiras reservam espaço considerável para o pleito nos Estados Unidos. “O noticiário internacional nem sempre desperta interesse para alguns, a não ser que haja possibilidade de repercussão de um fato no Brasil” (ERBOLATO, 1991, p. 54). É exatamente isso o que ocorre, considerando que o país norte-americano influencia a economia global, inclusive a brasileira, e decisões tomadas por lá provocam efeitos positivos e negativos ao redor do mundo.

Nem todos os fatos, porém, que ocorrem em terras americanas ou em qualquer país que tenha algum relacionamento com o Brasil, ganham espaço no noticiário. Parece óbvio, por exemplo, que a morte natural de uma pessoa anônima em uma pequena cidade no interior de um Estado na região central dos Estados Unidos não vai ganhar destaque nas páginas dos jornais, pois não é um acontecimento com potencial para gerar mudanças sociais, econômicas ou políticas no Brasil – ou mesmo em outras partes do

globo. “Está no critério do editor avaliar, entre várias matérias, qual a mais importante e selecioná-la” (ERBOLATO, 1991, p. 63). Por outro lado, em uma cidade pequena do Brasil, onde as pessoas, de maneira geral, se conhecem, é altamente provável que o jornal desta localidade vá noticiar o acontecimento com destaque, talvez considerando a baixa incidência de homicídios na região.

[...] tanto os profissionais do campo político como os profissionais do campo jornalístico, mais os primeiros que os segundos, procuram tomar o pulso da opinião pública, sabendo das suas preocupações, atitudes, opiniões, etc. através de sondagens de opinião [...] assim, a agenda pública também pode influenciar a agenda das agendas políticas e a agenda jornalística. Até que ponto influencia, é também uma pergunta fundamental, sobretudo quanto ao peso da agenda pública [...] sobre a agenda política; as respostas podem bem ser indícios importantes sobre a saúde de qualquer democracia. Finalmente, os próprios acontecimentos podem intervir no processo de agendamento a todos os níveis, bem como nas ações de outros agentes sociais (TRAQUINA, 2000, p. 24).

As escolhas diárias de editores para as informações que estarão na primeira página levam em conta diversos fatores internos e externos, às vezes difíceis de serem controlados. Ao pensar no público, no entanto, no que de fato interessa ao leitor, os *gatekeepers* encontram o caminho correto a ser trilhado. Este debate, porém, ainda será ampliado no próximo capítulo.

2.2. Fato novo: a mudança de estratégias de cobertura

Qualquer jornal, seja de pequeno, médio ou grande porte, trabalha com um planejamento produtivo e acompanhamento do andamento desta produção. Em redações de grandes jornais, por exemplo, pelo menos três reuniões de pautas são feitas diariamente. Geralmente o primeiro encontro, pela manhã, envolve o levantamento de assuntos com potencial para ganhar espaço no jornal. Por volta de meio-dia, editores voltam a se reunir para relatar o processo produtivo. Durante a tarde, uma última reunião é feita para analisar pautas que foram derrubadas por razões que não cabem ser salientadas aqui, e a apresentação definitiva daquilo que estará nas páginas do jornal. Também é o momento em que, geralmente, a capa da publicação é planejada, depois de apurações e consolidação de reportagens, com a certeza de que não haverá imprevistos para o fechamento da edição.

Este planejamento, porém, pode sofrer alterações de última hora, com urgência, mediante a ocorrência de um fato que estava fora da pauta, um evento extraordinário que, de alguma maneira, precisará estar nas páginas dos jornais no dia seguinte devido a

sua representatividade sobre o espectro social, político ou econômico – ou a junção destes três fatores. “Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias” (PENA, 2010, p. 130).

Estamos falando, é claro, de fatos relevantes, que podem alterar, minimamente, condições sociais. Neste caso, os *gatekeepers* precisam trabalhar de maneira que a informação seja dada sem prejudicar a veiculação de outras, que, por já estarem planejadas para a edição, podem ser tão importantes quanto a que surgiu de última hora. Em alguns casos, porém, um acontecimento de última hora pode estar ligado a outro que já está em desenvolvimento e sendo apurado há um determinado período.

[...] forças mais potentes têm maior probabilidade de fazer com que determinado item atravesse um portão. Consequentemente, o conceito de *força* é central para a teoria: as forças surgem ao longo do canal, variam entre positivas e negativas, podem modificar sua polaridade, além de poderem variar em termos de potência entre e dentro dos itens (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 26).

Por ser uma questão de força, é possível afirmar que a decisão do *gatekeeper* vai depender da relevância da notícia para a sociedade de maneira geral. Este mesmo acontecimento, entretanto, poderá ganhar valor ao longo de sua apuração. Assim, um cenário de sobreposição de fatos poderá ser observado. Ainda que seja uma situação possível de ser controlada, é comum que outros fatos centrais sejam colocados em posição secundária para atender à necessidade de espaço que determinado acontecimento exige, embora o mais correto seja a opção por um caminho que não afete a veiculação de informações.

Ao considerarmos o *case* selecionado para este estudo – a eleição norte-americana –, nos deparamos com um cenário atípico que bagunçou redações ao redor do mundo e provocou uma mudança de planejamento de veiculação de informações ligadas à corrida eleitoral nos Estados Unidos. A uma semana das eleições, programadas para novembro de 2012, um furacão assolou a costa leste norte-americana em meio a um intenso período de campanha dos dois candidatos à presidência do país – o democrata Barack Obama e o republicano Mitt Romney.

A situação colocou diversos jornais na necessidade de veicular a informação do furacão, que alterou os rumos das campanhas eleitorais nos Estados Unidos. De maneira geral, no ápice da ação natural em terras americanas, muitos jornais deixaram os aspectos políticos dos Estados Unidos de lado para falar do fenômeno climático, que

deixou mortos, feridos e provocou destruição em diversas cidades. Observemos este exemplo de Lage:

Considera-se que, admitindo dois eventos equivalentes, é mais notável o que tem maior intensidade aferida em números. Se duas pessoas morrem, uma vítima de um choque de dez mil volts e outra de um choque de um milhão de volts, a segunda morte parecerá mais trágica do que a primeira, por mais absurdo que isto seja. Algumas vezes é na coincidência que reside o ponto focal de interesse (2001, p. 98).

Tratava-se de um evento climático que alterou a rotina e trouxe consequências negativas para as pessoas que vivem na região atingida, além de efeitos econômicos. A região (costa leste americana) também é a mais populosa e desenvolvida dos Estados Unidos, daí sua importância também política. Por isso, o acontecimento do furacão ganhou contornos ainda mais importantes dentro do contexto em que estava inserido. É difícil imaginar que um evento do mesmo porte que ocorresse na região do Alasca, por exemplo, tivesse a mesma representação. Embora a incidência de furacões seja elevada entre outubro e novembro nos Estados Unidos e Golfo do México, a força do fenômeno climático que ficou conhecido como Sandy (todos os furacões naquela região recebem uma identificação) não é tão comum, o que o tornou ainda mais impressionante depois de ter deixado 200 mortos.

Assim, o evento adquire força social também porque vai requerer dos governantes medidas para ajudar a aliviar as consequências do ocorrido. Da mesma forma, ganha força nos jornais, que vão ter de dedicar espaço para a cobertura e debater caminhos para um acontecimento incomum.

Parece que a importância social da informação sobre um evento [...] depende de duas variáveis fundamentais: a baixa probabilidade do evento descrito e, além disso, a inserção qualitativa do referido evento na totalidade social em desenvolvimento (GENRO FILHO, 1989, p. 67).

Retirar uma informação da capa de um jornal em prol de outra não pode ser uma decisão arbitrária de um *gatekeeper*. A decisão deve partir do pressuposto básico de que a informação mais importante merece destaque exatamente por ter uma relevância maior que outra (em um contexto de comparação), especialmente considerando o contexto social. O *feeling* jornalístico, nesse caso, coloca-se como um papel fundamental pelo olhar que o *gatekeeper* deve ter para com a sociedade, tanto pelo contexto econômico quanto político, de maneira lúcida e imparcial.

Evidentemente que a informação escolhida para a capa também precisa estar bem-apurada, com levantamento concreto de informações corretas. Não necessariamente pequenas falhas na produção de uma reportagem vão tirá-la da capa de um jornal se o fato for relevante o bastante para merecer o espaço, mas todo cuidado é importante para garantir a melhor produção.

Esta mudança de estratégias de veiculação de informações, em geral, precisa encontrar caminho também em um debate entre editores, responsáveis maiores pela veiculação de informações e, também, por definir aquilo que estará em destaque na edição seguinte. Assim como o processo de produção de notícias, o processo que envolve montar a capa do periódico precisa ser criterioso e de relevância para a sociedade; caso contrário, muito além de vendas menores, o jornal poderá enfrentar críticas quanto a sua postura diante daquilo que acontece diariamente no mundo.

Na ocasião desta pesquisa, a alteração de estratégia de cobertura não necessariamente abrange um *breaking news*,³ como no caso que envolveu a morte do terrorista da Al-Qaeda, Osama Bin Laden, e testou a capacidade de jornalistas ao redor do mundo de alterar a principal informação da capa da publicação diante do momento de fechamento de edição. Considerando a eleição norte-americana de 2012 e o Furacão Sandy, a mudança de estratégias pode ser ainda mais calculada, porque há tempo hábil para definir aquilo que é mais importante. Lewin explica:

A relação é dupla: (a) As decisões do grupo dependem, em parte, de como o grupo encara a situação, e, portanto, ele pode ser influenciado por uma mudança nessa percepção, (b) a percepção do grupo do resultado da ação social é essencial para a decisão sobre o próximo passo [...] reconhecimento deve fornecer dados sobre onde um permanece agora depois que o campo mudou significativamente. O resultado do reconhecimento após a primeira etapa de ação deve ser duplo: (i) pode ser necessário alterar o "plano global"; (ii) a base é dada para uma decisão final sobre a segunda etapa. Após a segunda etapa segue reconhecimento novamente, levando outra vez a uma alteração do plano global e da decisão sobre o próximo passo (1947, p. 147-148).

Novamente, aqui, destaque para o caminho de “convergência”, da informação de fora para dentro. Os eventos sociais requerem uma atenção importante dos *gatekeepers* para compreensão absoluta do que ocorre – um dos fatores que vão determinar a importância destinada a tal informação dentro do noticiário.

³ Em tradução livre, a expressão representa “notícias de última hora” ou “notícias urgentes”.

3. AS OPÇÕES DOS EDITORES

As medidas tomadas por editores no sentido de levar informação ao público são extremamente importantes para transmitir aquilo que de fato interessa, diante de uma série de fatores sociais e editoriais. É por meio deles – dos *gatekeepers*, os donos dos *gates* de uma redação –, que passam todas as informações já apuradas por repórteres ou mesmo pautas levantadas por pauteiros, chefes de reportagem ou produtores.

A maioria dos jornais segue a rotina de coletar informações externas, de âmbito social, político e econômico, e transformar dados brutos em um texto que possa ser compreendida pelo público, ainda que aspectos subjetivos possam ser capazes de prejudicar a cobertura de algum acontecimento. Hoje, principalmente com as redes sociais, até há jornais que consultam os leitores para saber o que gostariam de ler na publicação do dia seguinte. Embora a participação popular tenha ganhado espaço, é impossível determinar se o público em geral é capaz de interferir em uma edição.

Os *gatekeepers* determinam quais unidades passarão para determinado canal e quais passarão de uma seção à outra, exercitando suas próprias preferências e/ou agindo como representantes que cumprem uma série de políticas preestabelecidas. Eles também decidem a respeito das mudanças que devem ou não ser feitas nos itens (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 28).

Essas mudanças, geralmente, podem ser de ordem editorial. É muito pouco provável que a informação de um acontecimento seja alterada ao considerar que um fato já foi consumado. Como exemplo, embora não seja objetivo deste trabalho, em coberturas em tempo real a enxurrada de informações pode gerar alguma apuração equivocada em meio a tantos acontecimentos.

Duas variáveis, entre outras, parecem ser determinantes na constituição da agenda jornalística: 1) toda a actuação dos membros da tribo jornalística e, em particular, os critérios de noticiabilidade que utilizam na selecção das ocorrências; 2) a acção estratégica dos promotores de notícias e os recursos que possuem e que são capazes de mobilizar para obterem acesso ao campo jornalístico (TRAQUINA, 2000, p. 26).

Há que se ter cuidado, porém, com alterações de ordem subjetiva que podem levar a uma compreensão errônea das informações. A mudança vai além do estilo de texto do jornalista, atingindo um campo, principalmente em coberturas de ampla importância nacional, como o político e o econômico, que pode se desviar do objetivo primordial de um jornal – informar – e passar para outro que também faz parte do periódico, mas que, geralmente, está em um espaço adequado para não intervir no processo de produção dos jornais: o editorial.

3.1. O que interessa ao leitor

Os leitores abrem as páginas de um jornal em busca de informação. Não há outra possibilidade, pelo menos superficial, para tal ato que não seja acompanhar aquilo que acontece em sua comunidade, em seu país ou no mundo. Para a maioria dos leitores, porém, é altamente provável que não consigam assimilar todas as informações, exatamente por ser um número elevado de notícias e também de interpretações.

Nem teriam como assimilar tantas novidades: os jornais não têm como sair em uma edição com todos os acontecimentos do dia anterior. O papel do *gatekeeper* é determinar o que passa pelos *gates* em direção à edição, e é de suma importância entender o que deseja o leitor, quais são suas necessidades, o que está em evidência na sociedade e buscar as informações.

No caso desta pesquisa, a relação de proximidade e intensidade entre o acontecimento e o leitor é central e primordial, ao levar em conta o estudo da veiculação de informações de um evento internacional com o adendo de um fenômeno climático extremo. É nestes dois fatores que o estudo deve estar centrado.

O raciocínio recorrente é de que o homem se interessa principalmente pelo que lhe está próximo. No entanto, esta proximidade varia tanto com as trocas materiais (o comércio) quanto com as trocas culturais ou populacionais (migrações). Esta é a razão por que os assuntos internacionais interessam sobretudo aos segmentos mais prósperos e aos mais informados de uma população; em outras palavras, aos segmentos capazes de significar prestígio para um veículo. E é também a razão pela qual se obterá a resposta de audiência numericamente positiva se abirmos espaço ou tempo para os assuntos locais (LAGE, 2001, p. 94).

Questões culturais ou mesmo geográficas podem ser dois pontos fundamentais para afetar o interesse do leitor por determinadas informações. Algo que acontece no

Estado americano de Montana, por exemplo, pode não interessar a leitores do Estado brasileiro do Rio Grande do Sul e vice-versa; não apenas por serem regiões distantes, onde um acontecimento provavelmente não vai afetar a ordem social do outro, mas também pela chance de ser algo cultural que nada tenha a ver com o outro ponto geográfico aplicado a este exemplo.

Há exceções, no entanto. Uma delas é o envolvimento de todo um planeta com a eleição de um país de importância incalculável para a economia e política global. Embora Lage (2001) afirme (na citação anterior) que um acontecimento internacional interessa apenas àqueles mais ricos e bem-informados, é incontestável que a política e economia norte-americanas podem influenciar mesmo àqueles que não tenham interesse no assunto. “O noticiário internacional nem sempre desperta interesse para alguns, a não ser que haja possibilidade de repercussão de um fato no Brasil” (ERBOLATO, 1991, p. 54).

A imprensa tem o papel de levar essas informações por ser algo que representa uma alteração no padrão global de política, sociedade e economia. O trabalho das redações, especificamente, cumpre os fatores apontados por Shoemaker e Vos (2011). A falha de um desses pontos pode fazer com que a informação chegue suprimida ou distorcida aos leitores.

Para que a informação sobre um evento alcance audiências em outro país é necessário que ela “atravesse um curso de obstáculos de erros ou preconceitos reporteriais, seleção e processamento editorial, tradução, dificuldades de transmissão e possível supressão ou censura” (MCNELLY, 1959, p. 23 apud SHOEMAKER; VOS, 2011).

Durante os fatos referentes à eleição americana, porém, ocorreu o furacão, que se tornou um desafio para as redações de jornais. Não apenas a eleição, agora o fenômeno climático adquiriu importância igual ou superior ao pleito diante dos leitores. O foco das urnas passa para o destaque do drama da população e os efeitos que um furacão pode provocar. O desafio estava colocado. Como apurar as informações sobre a eleição norte-americana sem deixar de tratar do fenômeno climático? Ou ainda: Como não deixar a eleição norte-americana de lado ao dar destaque para Sandy?

Os estudiosos entendem que elas devem ser selecionadas levando em conta o maior interesse que despertam. [...] Não existe um critério fixo para escolher e selecionar uma notícia que venha a ser bem aceita. Os critérios variam, conforme as empresas [...] (ERBOLATO, 1991, p. 58).

A opção de boa parte dos jornais foi dar destaque ao evento de maior magnitude: o furacão. Com isso, principalmente o candidato republicano Mitt Romney sumiu do noticiário, ao passo que o democrata Barack Obama em quase nada foi afetado, pois sua presença na região do furacão era solicitada para verificar estragos e suas medidas para auxiliar a população o deixaram em destaque mesmo que a eleição tenha sido posta em segundo plano.

Da mesma forma que as eleições atraíram grande atenção do mundo, o mesmo ocorreu com o Furacão Sandy. Ora, se a política norte-americana chama a atenção para o contexto de sociedade e economia em que vivemos, o drama de pessoas que habitam a região do fenômeno climático também chama a atenção. Parece algo natural do ser humano, que, não somente neste caso, mas em tantos outros, comove-se com acontecimentos catastróficos em diversos pontos do planeta. O Furacão Sandy adquiriu valor-notícia.

Deve precisar-se que, apesar de a dissertação sobre estes factores se apresentar, inevitavelmente, como um inventário, uma lista de simples valores/notícia, esses valores funcionam, na prática, de uma forma complementar. Na selecção dos acontecimentos a transformar em notícias, os critérios de relevância funcionam conjuntamente, “em pacotes”: são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícias, que “recomendam” a selecção de um facto (WOLF, 1995, p. 175).

De qualquer forma, ainda que um fato supostamente tenha se sobreposto ao outro, a eleição nos Estados Unidos não foi de todo esquecida. Um dos detalhes determinantes para a cobertura mais destacada do Furacão Sandy é exatamente a força do seu valor-notícia, naquele momento superior ao pleito eleitoral, mas não deixaram de estar estritamente relacionados.

Ao ter um valor-notícia, a informação adquire contornos mais importantes para a sociedade, embora seja indispensável que a apuração dos jornalistas seja adequada e certa para levar aquilo que interessa ao leitor. O acontecimento, principalmente aquele evento ocorrido no exterior, precisa ter uma razão de existir para quem não está lá, para quem está distante, não possui a mesma cultura e, em um primeiro momento, pode demonstrar desinteresse pela notícia.

O noticiário deve ter utilidade pública para os leitores e influenciá-los pessoalmente, mostrando-lhes que devem ter um interesse no assunto divulgado. O maior número de leitores corresponde à melhor qualidade da notícia (ERBOLATO, 1991, p. 52).

Complementando o que afirma Erbolato (1991), é importante destacar que essa forma de influência em relação aos leitores deve se dar de forma que a sociedade possa criar uma opinião, livremente, sobre variados assuntos. A influência pessoal é passível de ocorrer mediante o limite de espaço que os jornais possuem para transmitir informações, a partir do momento em que muitos acontecimentos precisam ser deixados de lado por meio do critério aplicado pelos *gatekeepers* no processo diário de edição das notícias. Este cenário, porém, não pode ser pretexto para atitudes dúbias sobre as intenções de um jornal.

3.2. A influência do *gatekeeper*

Produzir informação é um desafio diário que requer atenção e equilíbrio intelectual por parte daqueles responsáveis por apresentar ao leitor as principais notícias do dia. Neste caso, além de estarmos nos referindo aos repórteres, remetemo-nos aos *gatekeepers*, ou os editores, que vão permitir a passagem de informações pelos “portões” que abrem suas portas para o social.

Todos os jornais, quando atingem o leitor, é o resultado de uma série de seleções de itens que devem ser impressos, em que posição deverão ser impressos, quanto espaço cada um deve ocupar, a ênfase que cada um deve ter. Não existem padrões objetivos aqui. Há convenções (LIPPMANN, 1921, p. 208).

O processo é delicado porque a decisão de um *gatekeeper* sobre o conteúdo de uma reportagem pode levar a dois caminhos muito simples: a compreensão ou a confusão do leitor. A manipulação de informações é perigosa e pode gerar reações sociais, políticas e econômicas, geralmente negativas, que comprometem a própria credibilidade de um jornal.

Pior que este cenário são as decisões dos editores quanto à publicação de reportagens. Evidentemente os jornais enfrentam um processo diário de seleção de notícias, especialmente devido ao espaço limitado dos veículos impressos. Por essa razão, um apurado senso de relevância social das informações é necessário a esses

profissionais para evitar que momentos importantes da sociedade sejam simplesmente ignorados nas páginas dos periódicos, quando na verdade mereceriam destaque.

É uma espécie de poder dada aos *gatekeepers*, que, se não usada corretamente, pode trazer consequências desagradáveis.

Se os *gatekeepers* restringem o fluxo de informação, esta pode não se difundir completamente pelo sistema social, enquanto, se facilitam o fluxo de informação, as notícias sobre o evento podem ser difundidas mais rapidamente. Uma vez que a informação pode ser difundida entre canais interpessoais e canais da mídia de massa, qualquer membro da audiência pode ser um *gatekeeper* para os demais membros. Mas nem todos *gatekeepers* individuais são igualmente poderosos; aqueles que representam a mídia de massa controlam a difusão de informação para milhões de pessoas, fato que lhes confere um poder social e político extraordinário. (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 36).

Ainda que a atuação do repórter não seja o foco desta monografia, um dos cuidados deve estar relacionado à linguagem utilizada para desenvolver as reportagens. Da mesma forma que o repórter deve ser curioso, a construção do texto deve, de alguma forma, gerar no leitor uma espécie de curiosidade que a maioria das pessoas possui. Além disso, a ideia de que uma boa reportagem é aquela em que estão 90% de tudo aquilo que o jornalista sabe sobre a história é aceitável, desde que os outros 10% ausentes na produção não sejam capazes de tornar a notícia confusa ao leitor.

O editor, porém, é quem vai determinar se o texto está pronto para ser levado ao público ou precisa passar por adequações importantes para a total compreensão dos leitores sobre aquilo que está sendo publicado.

Uma das preocupações que deve estar presente na consciência do editor de um jornal se refere ao entendimento de determinado assunto ou notícia pelo público leitor. O interesse público deve ser o principal objetivo do jornalista, pois é através da notícia, da informação, que é formada a opinião pública (RIBEIRO, 2003, p. 24).

A velha máxima de que jornalistas são “formadores de opinião” jamais pode ser esquecida. A comunicação, além da obviedade de informar, adota um papel de suscitar debates acerca de diversos temas – desde o grande escândalo de corrupção em um país ao jogo de futebol do mais desconhecido campeonato. Não somente assim, mas também assim, a sociedade é capaz de crescer e de evoluir, tentando suprimir desigualdades e encontrando o caminho mais adequado a todos.

A relação EMISSOR – MENSAGEM – RECEPTOR é extremamente importante no momento em que jornalistas estão escrevendo reportagens e editores estão a postos para, se necessário, tornar o material de alguma forma mais palpável ao leitor – ainda que, física ou geograficamente, não estejamos ao lado daqueles que vão folhear as páginas do jornal. É necessário evitar vícios – também os ideológicos – que podem prejudicar tanto a construção da informação quanto a capacidade de compreensão do leitor. Escrever pensando naqueles que consomem o produto e na capacidade de transformação social que a reportagem terá no momento em que estiver circulando, sempre é adequado e pode garantir idoneidade, credibilidade e reconhecimento ao jornal, o que acaba por fortalecer o trabalho da imprensa de maneira geral.

[...] a mensagem deve ser estruturada adequadamente, ou seja, deve ser construída sob a modalidade que possa dizer mais, com mais precisão e de forma mais inteligível, tendo em vista não só o objetivo do comunicador como a capacidade de apreensão do receptor. Por estruturar a mensagem, entendemos reunir elementos (sons, signos gráficos, gestos, etc.) em uma ordem que lhe dê uma forma definida (BELTRÃO, 1992, p. 104).

A reportagem não pode estar voltada àquilo que interessa ao jornal. Não pode (ou não deveria) funcionar como se um jornalista estivesse escrevendo para outro jornalista no contexto de uma redação. O leitor é soberano, não diretamente nas decisões de um jornal, mas na necessidade de estar em primeiro lugar diante dos olhares de um jornalista.

De certa forma, a própria sociedade é responsável pelos acontecimentos dos quais os jornais vão atrás de “mais informações” diariamente. Uma situação assim poderia levantar um questionamento sobre, então, a real necessidade de um jornal estar veiculando uma informação de um fato que já foi criado pela própria sociedade. Nesse caso, por si só, já deveria ser um indício de que os veículos de comunicação devem trabalhar em prol da sociedade, ao aprofundar as informações e levar ao conhecimento geral do público, afinal de contas, sem a imprensa, a propagação de informações torna-se altamente prejudicada.

As pesquisas são unânimes em esclarecer que, na seleção, as referências implícitas ao grupo de colegas e ao sistema das fontes, predominam sobre as referências implícitas ao próprio público. Enquanto este é pouco conhecido pelos jornalistas, o contexto profissional-organizativo-burocrático circundante exerce uma influência decisiva nas escolhas dos *gatekeepers* (WOLF, 1995, p. 163).

É necessário ao profissional da comunicação um discernimento sobre aquilo que ultrapassa o limite do “jornalístico” e atinge um ponto que pode chegar ao leitor não como forma de informação, mas como um artifício de notícia que em nada agrega à vida em sociedade. Um cenário assim pode demonstrar uma imposição interna, que pode trazer consigo uma carga de manipulação e direcionamento da informação, esquecendo-se do levantamento de debates, papel fundamental dentro do mundo do jornalismo.

Aos editores, ou *gatekeepers*, cabe requerer informações apuradas da forma mais correta possível e não recorrer a um levantamento de dados que têm como único objetivo agilizar a produção do material que estará disponível aos leitores no dia seguinte, sem aprofundamento ou critério.

É preciso buscar um conceito de reportagem que não seja apenas “operacional” para o editor. Quase sempre ela é considerada como uma “notícia grande” ou matéria que exige investigação mais demorada, sem considerações de ordem epistemológica capazes de esclarecer sua essência como modalidade jornalística (GENRO FILHO, 1989, p. 198).

O processo diário de produção de notícias sempre será um grande desafio para qualquer redação jornalística ao redor do mundo; é um desafio que está intimamente ligado à sociedade, que tem um pé dentro da economia, da política, da cultura e de tantos outros aspectos que fazem a roda social girar. A lucidez de jornalistas é de suma importância para agregar ainda mais valor a todos esses âmbitos. É o que vamos analisar nos próximos capítulos.

4. O “ESTADO”: CONTEXTUALIZAÇÃO E ASPECTOS EDITORIAIS

O jornal O Estado de S. Paulo, conhecido apenas como “Estado” (e como será tratado neste capítulo) ou “Estadão”, nasceu em 1875 sob o nome de A Província de São Paulo, a partir dos ideais de um grupo de republicanos que lutava para terminar com a monarquia no Brasil, combater a escravidão e estabelecer a República. “Fazer da sua independência o apanágio de sua força” é o lema do jornal, carregado até hoje.

Foi em 1888 e 1889 que o “Estado” celebrou a conquista de duas de suas maiores reivindicações: a abolição da escravatura e a proclamação da República, respectivamente. Nessa altura dos acontecimentos o jornal mudava seu nome. Ainda antes da virada do século, o “Estado” experimentou uma grande expansão, ao passar a contar com o serviço da agência de notícias Havas (atual France Presse) e a criação dos primeiros suplementos. Uma de suas grandes figuras foi Euclides da Cunha, que narrou a Guerra de Canudos para o jornal e é autor do livro “Os Sertões”, que trata exatamente sobre esse período. Machado de Assis também foi um dos repórteres do “Estado”.

Desce cedo, o envolvimento do jornal com a política era expressivo. Não só proprietários do “Estado” eram ligados à área por interesse, mas também eram deputados. Em 1909, Julio Mesquita, um dos fundadores do grupo, apoiou a candidatura de Ruy Barbosa à presidência. No ano seguinte, a partir de um manifesto de Barbosa, derrotado no pleito, o jornal denunciaria “fraudes” na eleição.

O jornal também tomaria partido durante a Primeira Guerra Mundial. A posição do “Estado” era de apoiar os países aliados (com Estados Unidos como o principal ator) e repudiar o militarismo alemão. O jornal teve redução de receita após indústrias alemãs no Brasil retirarem anúncios do impresso, mas o “Estado” manteve sua posição. O mesmo aconteceria na Segunda Guerra Mundial.

Neste contexto, no Brasil, em 1915, o “Estado” apoiou a iniciativa de Olavo Bilac de propor o serviço militar obrigatório, dentro da Campanha Nacionalista. O

jornal argumenta que, ao apoiar tal atitude, incentivaria a entrada de civis na tropa, o que poderia enfraquecer o que chama de “corporativismo do Exército”. Em 1919, apoiou novamente Ruy Barbosa à presidência, que acabou derrotado por Epitácio Pessoa.

A primeira censura sofrida pelo jornal foi durante a Revolução de 1924. A posição de neutralidade do “Estado” em relação ao conflito em São Paulo resultou em censura ao jornal. Julio Mesquita foi preso e enviado ao Rio de Janeiro. O “Estado” deixou de circular por 12 dias. Dois anos depois, o grupo apoiaria a criação do Partido Democrático, como forma de oposição ao Partido Republicano Paulista (PRP).

Em 1927, a morte de Julio Mesquita coloca Julio de Mesquita Filho, Francisco Mesquita e Nestor Santana no comando do “Estado”. Cinco anos depois, o jornal passaria por uma de suas fases mais difíceis. O “tratamento hostil” de Getúlio Vargas e dos “tenentes” a São Paulo, como afirma o jornal, geraram uma indisposição entre o “Estado” e o Partido Democrático e o governo. As duas organizações se unem com setores do PRP e, no dia 9 de julho, a Revolução Constitucionalista ganha as ruas da cidade. Francisco Mesquita e Julio de Mesquita Filho se envolvem diretamente com o conflito e acabam presos, enviados a Lisboa, em Portugal.

De volta ao Brasil, ajudaram na criação da Universidade de São Paulo (USP), em 1934, a partir de um decreto de Armando Salles, então governador de São Paulo. Um ano antes, a morte de Nestor Pestana coloca Plínio Barreto na equipe diretiva do jornal.

Em 1937 o Estado Novo tentou inserir a censura prévia ao “Estado”. O jornal, entretanto, buscou caminhos para se manter independente e evitou vender páginas para a propaganda de Getúlio Vargas. A repressão ao jornal cresceu e Julio de Mesquita Filho chegou a ser preso 17 vezes, além de ser enviado para o exílio. Francisco Mesquita permaneceu à frente do grupo.

Uma das maiores intervenções ao jornal começou em 1940 e durou cinco anos. Soldados invadiram a redação do “Estado” alegando uma conspiração contra o regime de Vargas, e encontraram armas no forro do teto do jornal – objetos introduzidos pelos próprios militares. Francisco Mesquita é preso e levado ao Rio de Janeiro. Sem provas, é solto, mas não pode continuar a editar o jornal, pois este já estava em posse do governo.

Grande agregação de propaganda getulista, o jornal foi devolvido à família Mesquita em 1945. O grupo não reconhece os impressos editados sob intervenção do governo de Vargas – tanto que a numeração das edições foi retomada desde a última editada pela equipe regida pelos Mesquita em 1940.

Já na década de 60, o “Estado” chegou a apoiar o movimento militar ao considerar que João Goulart não tinha mais condições de ser o presidente do Brasil. A postura de oposição ao regime pelo jornal, entretanto, ganha força após a percepção de que radicais de extrema direita queriam a perpetuação dos militares no poder. O jornal é censurado entre 1968 e 1969 e de 1970 a 1974. A essa altura o Jornal da Tarde, também do Grupo Estado, começava a circular da mesma forma, sob intervenção militar. A Rádio Eldorado também era criada. Para driblar as imposições do governo, os veículos publicavam receitas de bolos e poesias para denunciar, implicitamente, os atos cometidos pelo regime.

Em 1969 morre Julio de Mesquita Filho. A direção do “Estado” passa para Julio de Mesquita Neto. Seu irmão, Ruy Mesquita, dirige o Jornal da Tarde. A Agência Estado, de notícias, nasce em 1970, mesmo ano em que morre Luiz Carlos Mesquita, responsável pela concepção da Rádio Eldorado.

O “Estado” foi premiado, em 1974, na Dinamarca, com o Pena de Ouro para a Liberdade, concedido a jornais que lutam pela defesa da liberdade de imprensa. No centenário do jornal, em 1975, a censura é retirada.

Mudanças no jornal ocorrem durante a década de 80, mas mantendo a família Mesquita no comando do Grupo Estado. Ruy Mesquita Filho torna-se diretor do Jornal da Tarde e Julio César Ferreira de Mesquita e Francisco Mesquita Neto passam a ser os diretores do “Estado”. João Lara Mesquita assume como diretor da Rádio Eldorado.

Julio de Mesquita Neto, talvez o mais ativo da família no comando do Grupo Estado, morre em 1996. Ruy Mesquita assume a direção do jornal. Desde o fim da ditadura, as posições políticas do jornal recrudesceram nas páginas. O jornal passa a vivenciar uma série de transformações de estilo gráfico, criação de novos suplementos e premiações constantes pelos trabalhos desenvolvidos.

Em 2009, porém, o jornal foi censurado em um caso que envolveu o senador José Sarney. Uma liminar proibiu a divulgação de informações sobre uma investigação

iniciada em relação ao filho de Sarney – a Operação Boi Barrica –, que apontava irregularidades, tráfico de influência e corrupção em ministérios e estatais. No mesmo ano, o jornal ganharia um Prêmio Esso a partir de reportagens vinculadas exatamente a José Sarney.

Os posicionamentos do jornal ainda hoje persistem em relação a políticos e candidaturas, principalmente para presidente da república. São tons, porém, mais moderados do que em campanhas de outros tempos, como nos idos do século passado. Para citar dois exemplos, o “Estado”, mais recentemente, anunciou apoio, em 2010, por meio de seu editorial, ao então candidato do PSDB à presidência, José Serra. Em 2002, entretanto, o veículo anunciou que apoiaria a então candidata do PT à prefeitura de São Paulo, Marta Suplicy. O caminho escolhido para isso também foi o espaço de editorial do jornal.

4.1. Eleição norte-americana e Furacão Sandy

Os dois fatos a serem analisados a partir do trabalho de um jornal inicialmente em nada se assemelham. De um lado está a eleição de 2012 nos Estados Unidos, um dos países mais influentes do mundo, principalmente no que diz respeito à economia e política. De outro, um fenômeno climático que, não raro, deixa rastros de destruição e centenas de mortos.

O grande embate político nos Estados Unidos em 2012 envolveu o democrata Barack Obama (reeleito) e o republicano Mitt Romney. Os dois fizeram uma campanha acirrada por cerca de dois meses na tentativa de conquistar o direito de residir na Casa Branca, sede do Poder Executivo dos Estados Unidos, e controlar um dos países mais influentes do mundo.

Obama foi reeleito com 332 votos no Colégio Eleitoral, contra 206 de Romney. Nos Estados Unidos, a escolha do presidente é indireta. O que conta são os resultados no Colégio Eleitoral (cada Estado tem o seu), quando o candidato “leva” todos os delegados de determinado local caso vença a eleição pelo voto popular. A diferença entre os candidatos foi mínima, considerando que Obama fechou a apuração com 51% dos votos, enquanto Romney teve 48%. Em números absolutos, a diferença ficou em pouco mais de um milhão de votos entre os dois então postulantes à Casa Branca.

O candidato democrata buscou apoio em seus avanços no primeiro mandato para garantir a continuidade, como a captura e morte do terrorista Osama Bin Laden, a saída de algumas tropas do Iraque e a facilitação de acesso de jovens imigrantes aos Estados Unidos. Além disso, as taxas de desemprego caíram. Retomou, também, o entusiasmo de sua primeira campanha, quando fez história ao ser eleito. As falhas em fechar a prisão de Guantánamo e a dificuldade para a reforma no sistema de saúde do país, entretanto, foram as armas de Romney para tentar derrotar Obama. Estes assuntos permearam muitos dos debates entre os dois candidatos, assim como temas ligados à política externa.

Um fator surpresa, porém, gerou apreensão tanto entre as equipes de campanha de Obama quanto de Romney. A chegada do Furacão Sandy mudou os rumos dos trabalhos dos dois candidatos, que passaram a concentrar esforços não só eleitorais, mas mesmo de auxílio às comunidades atingidas na costa leste dos Estados Unidos. A catástrofe dificultou o acesso a algumas urnas e o esforço das duas campanhas para incentivar as pessoas ao voto – nos Estados Unidos não há obrigatoriedade – teve de ser ampliado.

O Furacão Sandy (uma tempestade tropical com alto poder destrutivo) tocou o solo norte-americano na noite de 29 de outubro com ventos de 130 quilômetros por hora e deu início a uma série de desastres que deixou dezenas de mortos e prejuízos financeiros estimados em mais de US\$ 20 bilhões. Somente em Nova York, mais de 200 mil famílias ficaram sem o fornecimento de energia elétrica no mesmo dia após a passagem do furacão. Ao todo, milhões de pessoas ficaram sem o serviço na costa leste dos Estados Unidos.

Os Estados atingidos pelo Sandy declararam situação de emergência. O presidente Barack Obama alertou a população sobre os riscos do furacão e os dois candidatos concentraram esforços na região, especialmente após a passagem do fenômeno – as agendas de ambos foram canceladas na costa leste durante o evento. Por ser o presidente, Obama acabou tendo mais visibilidade durante o período, principalmente ao liberar valores para que a população pudesse retomar as atividades cotidianas.

4.2. Análise: o trabalho jornalístico de O Estado de S.Paulo

Assim como outros grandes jornais do Brasil, o “Estado” também dedicou espaço no seu processo de produção de notícias para as situações que envolveram o

Furacão Sandy e a eleição para a presidência dos Estados Unidos, em 2012. A mídia brasileira, porém, teve um desafio extra na cobertura do pleito norte-americano e a possibilidade de colocá-la na primeira página. Além da presença do Furacão Sandy durante a campanha de Barack Obama e Mitt Romney, a imprensa local teve de lidar com as eleições municipais nas mais de cinco mil cidades brasileiras. Ao mesmo tempo, três acontecimentos relevantes tinham potencial semelhante para estar na capa dos veículos de comunicação do Brasil. As páginas de capa do “Estado”, escolhidas para análise nesta monografia, são dos dias 29, 30 e 31 de outubro de 2012. Todas estão apresentadas nos anexos ao final deste trabalho e foram retiradas do portal “Newseum”, ligado ao Museu da Notícia de Washington, nos Estados Unidos.

No jornal do dia 29 de outubro de 2012 (Anexo 1), o “Estado” dedica a maior parte de sua capa para anunciar a vitória de Fernando Haddad na corrida pela prefeitura de São Paulo, a maior cidade do Brasil. É altamente provável que a edição do jornal tenha considerado a eleição na capital paulista mais importante que a chegada do Furacão Sandy em solo americano. O fato fora do país é apresentado na capa da publicação, mas em chamada secundária abaixo do acontecimento político no Brasil.

As nomeações preferenciais, os critérios de seleção de fatos e sua ordenação (a idéia que se faz sobre o *que interessa* ao leitor) estão previamente produzidos dentro de um código cultural. O enunciado mediante fórmulas tem a máxima clareza, a redundância máxima, permite produção rápida do texto [...] mas admite desvio mínimo em relação aos valores prévios (LAGE, 2001, p. 149).

Questões culturais poderiam prejudicar a cobertura brasileira sobre os fatos em andamento nos Estados Unidos. A quem interessa saber a respeito das eleições em solo norte-americano e até que ponto a passagem de um furacão na América do Norte realmente importa, diante de tantos acontecimentos negativos no Brasil? Nestes casos, ocorre que, mais uma vez, o argumento de poder dos Estados Unidos faz-se presente, ao considerarmos que também parte da cultura norte-americana está presente no cotidiano dos brasileiros.

A manchete “Furacão desaloja 500 mil nos EUA”, sem fotos, já demonstra que a eleição norte-americana deixou de ser o destaque na maioria dos jornais brasileiros a partir do surgimento de um fato novo, pelo menos naquele momento. O interesse já foi definido como “atenção simpática”, uma atenção que perdura porque responde a solicitações que afetam diretamente nossos instintos, sentimentos, paixões ou inclinações (BELTRÃO, 1992, p. 101). No texto de apoio, porém, o “Estado” faz

menção à campanha eleitoral nos Estados Unidos, mas colocando Barack Obama em evidência, ao considerar que o fenômeno climático poderia ser decisivo para sua reeleição. Por outro lado, Mitt Romney ficou face a face com um acontecimento inesperado: sumiu dos noticiários, tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos.

O jornal também precisou saber como trabalhar a manchete de maneira a fazer com que despertasse o interesse do público. Ora, talvez se a proximidade do Furacão Sandy tivesse provocado o desalojamento de mil pessoas, não seria destaque do jornal, ainda que a notícia pudesse ser publicada no espaço da editoria. A partir do momento em que desaloja 500 mil pessoas, não pode ser ignorado. Neste caso, é possível fazer uso de um número como modo de chamar a atenção do público, pois, no caso, é um valor relevante.

Evidentemente, o jornal soube trabalhar também a questão da eleição, colocando-a como apoio ao destaque sobre o furacão: provou a importância da proximidade de Sandy, ainda que tenha ignorado, nesta edição, a passagem do fenômeno por Cuba e Haiti, ao inserir a campanha eleitoral neste espaço. Com isso, o “Estado” foi capaz de argumentar com o seu público as razões para que Sandy estivesse na capa: não só estava provocando danos estruturais e humanos nos Estados Unidos como ameaçava o pleito eleitoral norte-americano, influenciando campanhas e mudando os rumos de Obama e Romney. Desta forma, o jornal também reforça a influência do país da América do Norte sobre o mundo, por meio da economia, da política e da sociedade e contrapõe a regra de proximidade entre notícia e público para que um determinado acontecimento ganhe destaque.

Daí outro conceito de competência do jornalista: sua capacidade de refletir a realidade de maneira mais *justa* (ou verdadeira) vencendo todas essas limitações através de domínio superior da técnica e das convenções da língua (LAGE, 2001, p. 149).

O distanciamento dos brasileiros dos em andamento nos Estados Unidos exige, ainda mais, que os jornalistas sejam capazes de trazer os relatos mais bem apurados e corretos possíveis, diante de uma possibilidade de informações desconstruídas em meio ao caos formado no país norte-americano com a passagem do furacão e a perda de destaque do embate entre Obama e Romney. Ao não estarem no local do acontecimento, o público externo precisa ser bem informado, pois por si só não é capaz de avaliar tudo

o que está acontecendo. Ou seja, precisa ser atualizado sobre o que ocorre de acordo com a realidade da região.

Ainda que as eleições municipais no Brasil tenham passado, no dia 30 de outubro de 2012 o destaque do “Estado” (Anexo 2) voltou a ser o prefeito eleito de São Paulo, Fernando Haddad. A manchete estava relacionada ao desejo do então futuro chefe do Poder Executivo do município de São Paulo de aprovar reformas já no primeiro ano de mandato.

Em chamada secundária, abaixo, porém desta vez com fotografia, está a manchete “Furacão Sandy deixa 1 morto e paralisa Costa Leste dos EUA”. A estratégia do jornal é basicamente a mesma da capa da edição anterior. A campanha eleitoral voltou a receber pouca atenção, mas sustentou, no texto de apoio da manchete, ainda mais a necessidade de dar a notícia dos desastres provocados pelo furacão, não apenas pelo fato de ser uma das maiores catástrofes já registradas nos Estados Unidos.

O uso da palavra “paralisa” na manchete, em relação às atividades na Costa Leste, cria um aspecto de que ninguém está nas ruas e a situação é de tensão entre a população daquela região. O emprego desta palavra também implica a ideia de que parte da economia dos Estados Unidos parou de funcionar temporariamente (a Costa Leste é uma das regiões mais influentes do país em relação a outras, por exemplo, principalmente sob o aspecto da força da economia, ao concentrar a maior parte da população e de grandes empresas) e que nada dentro do habitual poderá ser notado durante esses dias naquela área. A foto, inclusive, ilustra adequadamente a manchete, ao mostrar um homem parado na Times Square vazia, em Nova York. A legenda da fotografia reforça a ideia de “paralisia” e de que não há ninguém nas ruas, principalmente por citar que os norte-americanos estocaram alimentos à espera do furacão.

A informação sobre a única pessoa morta até aquele momento em virtude dos efeitos provocados pelo fenômeno climático pode suscitar debates acalorados. Em tese, o fato de que uma única morte foi registrada em razão, neste caso, de um fenômeno climático, não poderia sustentar uma chamada de capa em um jornal (talvez por isso é que o argumento da paralisia da Costa Leste esteja colocado na mesma manchete). Vai contra a ideia de Lage (2001) sobre a aferição de valor-notícia a partir de números. Por outro lado, a fatalidade pode ter sido considerada simbólica para o “Estado” a partir do

momento em que mortes já eram esperadas pelas autoridades antes mesmo de o furacão tocar a terra nos Estados Unidos.

Outro número expressivo é levantado pelo jornal ao mostrar que mais de 60 milhões de pessoas seriam afetadas, e é feliz ao explicar as razões para tal situação negativa. O jornal também destaca de que maneira o Furacão Sandy chegou aos Estados Unidos.

Em 31 de outubro de 2012, finalmente as notícias que envolvem o Furacão Sandy e seus efeitos para a vida dos norte-americanos e para a campanha eleitoral ganham espaço de mais destaque no “Estado” (Anexo 3). Não pode ser considerada manchete principal, pois o que consolida a capa ainda é a repercussão da eleição de Fernando Haddad como prefeito de São Paulo e sua preparação para assumir o comando do município a partir de 2013. A manchete sobre o furacão, porém, aparece acima do destaque da edição.

A chamada sobre o acontecimento é “Furacão Sandy mata ao menos 48 nos EUA e afeta milhões”, ao lado de uma fotografia de tamanho superior à publicada na edição do dia anterior. A linha de construção da manchete e texto de apoio segue a mesma das duas edições anteriores analisadas: a campanha eleitoral nos Estados Unidos ainda aparece no apoio, mas não é o ponto forte do trabalho jornalístico do “Estado” durante esse período. A única menção é que o fenômeno estava acontecendo a uma semana do pleito. Implicitamente, é um alerta do jornal para os efeitos políticos de um acontecimento assim e as dificuldades de infraestrutura que parte da Costa Leste enfrentaria para o voto no dia da eleição.

Mais uma vez, as mortes em virtude dos efeitos do furacão e as consequências para a população da Costa Leste dos Estados Unidos aparecem em evidência. Agora, porém, de maneira mais adequada, ao considerarmos que o fato já foi consumado – talvez por isso é que a notícia tenha ganhado um destaque maior, e também pela possibilidade de pouco se alterar em relação ao que já foi publicado. A notícia de 48 mortes (esse número, mais tarde, crescerá) é muito mais relevante do que uma morte, como publicado no dia anterior. Ainda assim é um valor baixo considerando um país com mais de 300 milhões de habitantes e uma infraestrutura que possibilitaria a muitos norte-americanos refugiar-se em segurança. Por outro lado, esse mesmo número de 48 mortos impressiona e é alto a partir do momento em que a sociedade se depara com um fenômeno climático de rara força e que choca pelo seu alto poder de causar estragos.

O “Estado” cita “destruição” como o resultado da passagem do Sandy pela Costa Leste dos Estados Unidos. É uma afirmação contundente e que parte do olhar dos jornalistas que fizeram a cobertura do acontecimento. “A mensagem é o produto codificado da ideia do comunicador, destinado a alcançar os sentidos e a consciência do receptor, afetando-o” (BELTRÃO, 1992, p. 102). O jornal ainda destaca que o furacão, na verdade, se tornou um ciclone ao chegar ao solo norte-americano. É uma informação relevante dentro desse contexto de destruição que o jornal aponta, pois o fenômeno mudou de categoria, mas ainda assim tinha alto poder de destruição.

Exemplo das consequências do Sandy está na imagem que ilustra a capa do “Estado” do dia 31 de outubro de 2012, quando uma pessoa, solitária, caminha em uma rua alagada em Nova York. É uma possibilidade adequada de mostrar ao leitor o que aconteceu. O jornal ainda cita os termos “caos” e “drama” na legenda da fotografia. A primeira situação (caos) era perceptível aos olhos dos jornalistas pela simples observação das imagens. A segunda situação (drama) envolve uma interpretação mais subjetiva e provavelmente parte de um conhecimento prévio do jornalista de situações semelhantes que envolveram cenários de destruição em vários países após eventos climáticos.

Daí a importância do editor em dar corpo a esse trabalho e ajustá-lo de maneira a levar ao público informações de qualidade e capazes de reproduzir o ambiente visualizado por jornalistas no momento de apurar o que acontecia durante a passagem do furacão Sandy e seus reflexos nas eleições dos Estados Unidos. O trabalho começa com o repórter e só termina após o olhar atento do *gatekeeper*, que precisa tomar decisões importantes e, por vezes, arriscadas, com o objetivo de superar a concorrência em termos de publicação de notícias e saciar a sociedade, que deseja saber o que ocorre pelos quatro cantos do mundo.

O editor lida com esses boletins. Ele se senta em seu escritório, lê-los; raramente ele vê qualquer grande parte dos próprios eventos. Deve conquistar pelo menos parte de seus leitores todos os dias, porque eles vão deixá-lo, sem piedade, se um jornal rival bater sua fantasia. Ele trabalha sob enorme pressão; para a competição de jornais muitas vezes é uma questão de minutos. Cada boletim requer um julgamento rápido, mas complicado. Deve-se entender, colocar em relação a outros boletins e maximizar ou minimizar de acordo com o interesse provável para o público (LIPPMANN, 1921, p. 206).

Acertadamente, a publicação ainda ressalta os milhões de moradores da região que ficaram sem energia elétrica ou foram desalojados, pois são, em geral, as

informações mais importantes, além do número de mortos (já citado na manchete, neste caso) em um acontecimento deste porte. As estruturas afetadas estão sempre em destaque nos jornais. O “Estado” também cita a cidade mais destruída pelo furacão, ainda que não dê mais informações na capa. Eis aí um problema de espaço, quando os jornalistas precisam definir o que é mais importante e informar em poucas frases para atrair a atenção do leitor e levá-lo para as páginas internas.

A linguagem do jornal nas três edições analisadas apresenta simplicidade, o que gera uma rápida e fácil compreensão do leitor – um quesito importante dentro do processo de produção de notícias. É bem verdade que a dificuldade do “Estado” em colocar repórteres no local do acontecimento do furacão prejudica a apuração e o levantamento de informações a partir do olhar do próprio jornalista. Neste caso, recorre-se a um trabalho que envolve agências de notícias e correspondentes na região do furacão, ainda que impossibilitados de sair às ruas em busca de informações ou mesmo contato com autoridades.

Andrade Kartz salientou: “Para que uma mensagem atinja a audiência a que se destina, é necessário que seja codificada em função do nível de habilidade de leitura da audiência, o que significa que não somente a mensagem deve ser escrita no idioma conhecido, como também que estes símbolos escritos, articulados em palavras e sentenças, sejam entendidos pela audiência” (ERBOLATO, 1991, p. 140).

É perceptível que o “Estado” foi ampliando o destaque, numa espécie de escalada, para o acontecimento do furacão e sua relação com a eleição norte-americana. A notícia só viria a ganhar destaque maior que chamada secundária quando o fato já estava consumado, numa clara decisão de edição do jornal.

Outro desafio foi como trabalhar pautas do furacão e eleição norte-americana sem que um tomasse o espaço do outro. Na visão do “Estado” (e provavelmente de muitos outros jornais ao redor do mundo), Sandy tomou proporções que não permitiam aos editores tratar os dois assuntos de maneira diferenciada. Some-se a isso o fato de as campanhas eleitorais terem sido suspensas e as próprias informações envolvendo a corrida presidencial dos Estados Unidos perdido força. Em certa altura, o assunto eleição foi inserido no contexto do furacão. De lá somente saiu depois de consumado o fato do furacão e retomadas as campanhas eleitorais.

O *gatekeeper* teve um papel fundamental nesses casos das três capas analisadas nesta monografia. O tratamento e seleção de informações acerca do furacão eram de suma importância, considerando que não vivemos no contexto norte-americano e nem todos os fatos que interessam à população dos Estados Unidos importam aos brasileiros. Consolidar números e “trazer” ao Brasil as informações de danos de infraestrutura pareciam ser os caminhos mais importantes. São dados que chamam a atenção do público e corriqueiramente aparecem em coberturas jornalísticas de catástrofes. “Há na mensagem, pois, um conteúdo cultural que se destina a ser acolhido, traduzido e atualizado por qualquer receptor [...]” (BELTRÃO, 1992, p. 103). Nos casos analisados, os danos contabilizados pela passagem do furacão Sandy captam o olhar da sociedade, talvez pela impressão que provoca e a consternação que uma tragédia é capaz de gerar entre as pessoas.

Por fim, como já citado neste trabalho, os jornais trabalham com espaços limitados de publicação e precisam encontrar caminho na avaliação e seleção de notícias para fazer uma síntese daquilo que é mais importante ao redor do mundo. Partindo de aspectos de intensidade e proximidade, aliados à relevância das informações, foi o que aconteceu na cobertura da passagem do furacão Sandy e sua coincidência com as eleições nos Estados Unidos. Dois fatos que se sobressaíram a outros que ocorriam ao mesmo tempo.

Todas estas limitações na agenda de questões públicas dentro de uma sociedade em um dado momento, estão resumidas na idéia de processo de definição de agenda como um jogo de soma zero. É uma visão que enfatiza a intensa competição entre os temas para chamar a atenção da mídia e do público (MCCOMBS, 2006, p. 85).

A enxurrada de informações e a coincidência de três grandes fatos importantes ao mesmo tempo (some-se ao furacão e às eleições americanas as eleições municipais) impõem um grande desafio às redações, que precisam buscar equilíbrio e correção, principalmente no caso do furacão, em virtude de informações desconhecidas que possam surgir para levar ao jornal aquilo que o público quer saber. “A narrativa noticiosa tem um padrão de continuidade tal que permite o reconhecimento das audiências” (TRAQUINA, 2000, p. 28). É exatamente esse o caminho que segue o “Estado”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Jornais impressos sempre enfrentarão o dilema de definir, diariamente, o que ganhará espaço nas páginas que chegarão às mãos do público no dia seguinte. Muito mais do que uma “mera” questão de espaço, trata-se de um processo delicado e criterioso que cabe principalmente aos *gatekeepers*, os “guardiões dos portões”, que vão “permitir” que uma informação atravesse-os (ou não) para chegar ao público.

Essas decisões passam por uma série de fatores que envolvem diretamente os anseios e desejos da sociedade. De nada adianta colocar em destaque um acontecimento que não vai trazer, por mínimo que seja, qualquer alteração de ordem social, política ou econômica. A “pauta das ruas” também interessa, afinal de contas é de lá que as notícias surgem; a rua é o que interessa à redação. O planejamento da pauta de um jornal é outro fator extremamente importante.

O *gatekeeper* se encaixa como ator central nesse processo. O equilíbrio intelectual deste profissional é importante para garantir que a informação que vai chegar ao leitor seja relevante e compreensível, caso contrário o trabalho do editor poderá ter sido em vão, ao deixar de agregar valor à sociedade (e tão somente à sociedade, procurando evitar vícios ideológicos próprios), principalmente sob os aspectos políticos e econômicos, exaustivamente citados neste trabalho. O *gatekeeper* também precisa ter em mente e saber catalisar o tamanho de seu “poder”, resultado da liberdade que possui para determinar o que é pauta e o que não é. E, mais do que isso, precisa levar em conta também a relação entre emissor e receptor, pela necessidade de apresentar uma linguagem adequada a seu público no momento de informar algo.

No caso das notícias internacionais, ainda há fatores como a proximidade de um acontecimento com outro país (nesta situação, o Brasil) que são de suma importância para que a decisão do *gatekeeper* seja favorável à adição de tal informação na capa do jornal. Tudo vai depender da relevância do acontecimento para o noticiário. Assemelha-se à ideia já posta de que mesmo uma ocorrência internacional vai ganhar

destaque em um jornal brasileiro se representar uma alteração na ordem social, política e econômica. É o que acontece no caso de Sandy e a eleição nos Estados Unidos.

A análise do trabalho feito pelo jornal O Estado de S.Paulo a partir de suas primeiras páginas nas edições dos dias 29, 30 e 31 de outubro demonstra que o periódico paulista trabalhou adequadamente a questão do Furacão Sandy e os fatos que, ao mesmo tempo, envolviam o processo eleitoral para a presidência dos Estados Unidos. Um fato que foi ganhando corpo aos poucos mereceu o destaque, e o jornal ofereceu ao leitor: quase como em um efeito cascata, mas no processo inverso, pois a notícia foi “galgando degraus” até chegar ao topo da capa do “Estado”. A notícia atingiu tal posto apenas depois de o fato estar consumado, em um momento em que o leitor não observaria grandes alterações nas informações já divulgadas, apenas acompanharia o desenrolar do processo de reconstrução daquilo que foi perdido.

Da mesma forma, o jornal acertadamente apresenta ao público os dados que envolvem a passagem do Furacão Sandy de maneira imparcial, tentando selecionar aquilo que interessa ao leitor brasileiro, mas também baseado em uma cultura de que coberturas de catástrofes chamam a atenção do público. São os números de mortos e os efeitos da passagem do Sandy, informações que retratam a exata devastação provocada pelo furacão.

Ainda, entretanto, sobre o debate de imparcialidade, o jornal coloca a situação como uma chance de Obama se promover e garantir a reeleição. Considerando que os jornais brasileiros não têm poder de influenciar o voto dos norte-americanos, eis uma opção parcial que não afeta o andamento do processo eleitoral nos Estados Unidos. No caso de um veículo americano, esta informação provavelmente teria de ser ocultada ou posta de outra forma para não influenciar a opção dos eleitores.

Fica evidente que o jornalismo pode e deve seguir um caminho de imparcialidade e correção no momento de optar por acontecimentos que mereçam destaque nos veículos de comunicação – muito além do impresso, é claro, ainda que o “papel” seja a referência para esta dissertação. A sociedade exerce função fundamental neste processo tão delicado e os jornais precisam saber perceber e aproveitar essas situações e ir à busca de um processo de comunicação cada vez mais ético, coeso e livre. O *gatekeeper*, mais uma vez, é peça fundamental neste processo.

REFERÊNCIAS

ACERVO ESTADÃO. História do grupo. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, [2012?]. Disponível em: <http://acervo.estadao.com.br/historia-do-grupo/decada_1870.shtm>. Acesso em: 17 nov. 2013.

BELTRÃO, Luiz. **Teoria geral da comunicação**. 3. ed. Brasília: Thesaurus, 1992. 176p.

ERBOLATO, Mario. **Técnicas de codificação em jornalismo**. 5. ed. São Paulo: Ática, 1991. 256p.

FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz (Orgs.). **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 8. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. 310p.

G1. Furacão Sandy mata 16 nos EUA e no Canadá e inunda e paralisa Nova York. **G1**, Rio de Janeiro, 30 out. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2012/10/furacao-sandy-mata-16-nos-eua-e-no-canada-e-inunda-e-paralisa-nova-york.html>>. Acesso em: 16 nov. 2013.

_____. Barack Obama vence Mitt Romney e é reeleito presidente dos EUA. **G1**, Rio de Janeiro, 7 nov. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/eleicoes-nos-eua/2012/noticia/2012/11/barack-obama-vence-mitt-romney-e-e-reeleito-presidente-dos-eua-diz-tv.html>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. 2. ed. Porto Alegre: Ortiz, 1989. 229p.

FLÓRIDA finalmente conclui contagem de votos e dá vitória a Obama. **Folha de S.Paulo**, São Paulo, 10 nov. 2012. Disponível: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/1183755-florida-finalmente-conclui-contagem-de-votos-e-da-vitoria-a-obama.shtml>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

HADDAD é o novo prefeito de SP em vitória pessoal de Lula. **O Estado de S.Paulo**, São Paulo, 29 out. 2012. Capa, p. 1, il. Disponível em: <http://www.newseum.org/todaysfrontpages/hr_archive.asp?fpVname=BRA_OE&ref_pge=gal&b_pge=1>. Acesso em: 18 set. 2013.

HADDAD planeja aprovar reformas já no primeiro ano. **O Estado de S.Paulo**, São Paulo, 30 out. 2012. Capa, p. 1, il. Disponível em: <http://www.newseum.org/todaysfrontpages/hr_archive.asp?fpVname=BRA_OE&ref_pge=gal&b_pge=1>. Acesso em: 18 set. 2013.

ISER, Wolfgang et al. **A literatura e o leitor: textos de estética da recepção**. Tradução Luiz Costa Lima. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003. 203p.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2001. 158p.

LEWIN, Kurt. **Frontiers in Group Dynamics: II. Channels of Group Life; Social Planning and Action Research**. [s.l.]: Sage, 1947. 153p.

LIPPMANN, Walter. **Public opinion**. Long Island: [s.n.], 1921. 243 p. Disponível em: <<http://image.sciencenet.cn/olddata/kexue.com.cn/upload/blog/file/2010/11/20101113143833504463.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2013.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Ática, 1989.

MAROCCO, Beatriz. Zona de sombra sobre os conceitos de agendamento e *gatekeeper*. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 5., 2005, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0528-1.pdf>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

MCCOMBS, Max. **Estableciendo la agenda**. Barcelona: Paidós, 2006. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/33127338/Maxwell-McCombs-Estableciendo-la-agenda>>. Acesso em: 5 jun. 2013.

MCCOMBS, Max; SHAW, Donald. The Agenda-setting function of mass media. In: **Public Opinion Quarterly**, 36, n. 2, p. 176-187, 1972. Disponível em: <http://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall06/McCombs%20and%20Shaw%20POQ%201972.pdf>. Acesso em: 5 jun. 2013.

_____. A evolução da pesquisa sobre o agendamento: vinte e cinco anos no mercado das idéias. In: TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo: análise da teoria do agendamento**. Coimbra: Minerva, 2000.

“NÃO faço tomá lá dá cá”, diz Haddad sobre apoios. **O Estado de S.Paulo**. São Paulo, 31 out. 2012. Capa, p. 1, i.l. Disponível em: <http://www.newseum.org/todayfrontpages/hr_archive.asp?fpVname=BRA_OE&ref_pge=gal&b_pge=1>. Acesso em: 18 set. 2013.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2010. 235p.

RIBEIRO, Daiane Bertasso. **A função social do editor ao definir as pautas**. 2003. 88f. Dissertação (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Unijuí, Ijuí, 2003.

RIOS, Patrícia; SILVA, Elane Gomes da. A teoria do *newsmaking* e a influência da Internet no cotidiano dos jornalistas: estudo de caso das editorias de Cultura da Paraíba. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais...** Natal, 2008. 12p. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1700-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2013.

ROSS, Edward Alsworth. La supresión de las noticias importantes. In: **Revista Española de Investigaciones Sociológicas**, n. 94, p. 191-202, 2001. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/comocitar.ou?id=99717902008>>. Acesso em: 13 jun. 2013.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim P. **Teoria do Gatekeeping**: seleção e construção da notícia. São Paulo: Penso, 2011. p. 21-36.

TERRA. Confira 12 fatos sobre a passagem do Furacão Sandy pelos EUA. **Terra**, São Paulo, 30 out. 2012. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/mundo/estados-unidos/confira-12-fatos-sobre-a-passagem-do-furacao-sandy-pelos-eua,0c7973f2ef6da310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

TRAQUINA, Nelson. **O poder do jornalismo**: análise e textos da Teoria do Agendamento. Coimbra: Minerva, 2000.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Tradução Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995. 247p.

O ESTADO DE S. PAULO

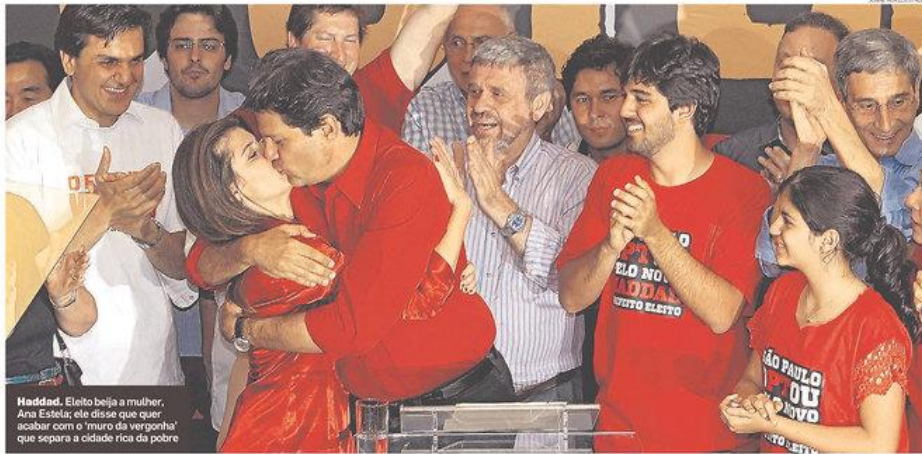
— JULIO MENQUETA —
1961 - 1997
RUY MENQUETA —
Diretor

Segunda-feira 29 DE OUTUBRO DE 2012 R\$ 3,00

ANO 133 Nº 43476 EDIÇÃO DE 0415 estado.com.br

Haddad é o novo prefeito de SP em vitória pessoal de Lula

Eleições 2012 ● Com 3,4 milhões de votos, petista derrota o tucano José Serra, que teve 2,7 milhões ● Em festa na Paulista, vencedor diz que é o 2º 'poste' de Lula ● Ele agradece a Dilma 'pela presença vigorosa' ● Abstenção é recorde



Haddad. Eleito beija a mulher. Ana Estelita; ele disse que quer acabar com o 'mauro da vergonha' que separa a cidade rica da pobre

Praticamente desconhecido do eleitor paulistano no início da campanha, Fernando Haddad (PT), de 49 anos, foi eleito prefeito de SP com 3,4 milhões de votos, derrotando José Serra (PSDB), que obteve 2,7 milhões. Foi uma vitória pessoal do ex-presidente Lula, que ensinou seu ex-ministro da Educação com o objetivo de lançar um nome novo. O novo prefeito pretende engajar secretarias. Em discurso, Haddad agradeceu a Lula, "do fundo do coração", e a Dilma, "pela presença vigorosa na campanha". O ex-presidente se disse de "alma lavada". Em festa na Avenida Paulista, Haddad ironizou: "Sou o segundo poste do Lula", numa referência a Dilma. José Serra reconheceu a derrota e abençoou o seu sucessor e Haddad elidisse: "Vamos em frente". Mesmo elegendo menos prefeitos de capital do que em 2008, o PT aumentou o número de prefeitos e eleitores sob seu comando. O PSDB também sai mais forte. PMDB e PSDB perderam municípios e eleitores em relação a 2008. Na capital paulista, a abstenção chegou a 20%, a maior desde 1988. **CADEIRO ESPECIAL**

RESULTADO POR ZONA



Análises

Dora Kramer

De trunfos e triunfos

O PT saiu do 2.º turno como o grande vencedor. Elegeram São Paulo como sua principal arena e venceu. **PÁG. 115**



Serra. 'Saiu revigorado', afirma tucano em discurso após derrota

José Roberto de Toledo

Edifício do poder

PT elege o sindaco, mas não administra o condomínio sem ceder poder a outros. Ninguém tem hegemonia. **PÁG. 117**

ACM Neto vence em Salvador e reanima carlismo

A vitória de Antonio Carlos Magalhães Neto sobre o petista Nelson Pellegrino em Salvador (BA) significou ressurgimento do carlismo, sobrevivente para o DEM e derrota de Dilma Rousseff, de Lula e do governador Jaques Wagner. Em Fortaleza (CE), Roberto Cláudio (PSB) venceu Elmano de Freitas (PT), num triunfo de Ciroe Gil Gomes sobre Lula. **PÁG. 119 e 120**

DIRETO DA FONTE

Produto novo cativou

Publicitários Washington Obterio e Fábio Fernandes mudaram eleição em SP: novidade venceu. **PÁG. 119**

O segundo turno nas capitais

SALVADOR 53,51% ACM Neto (DEM) 46,49% Pellegrino (PT)	JOÃO PESSOA 68,13% Carlos (PT) 31,87% Lucas (PSB)
FORTALEZA 52,82% Cláudio (PT) 47,18% Elmano (PT)	RIO BRANCO 58,17% Ricardo (PT) 41,83% Luciano (PSB)
CUIABÁ 68,82% Freit (PT) 31,18% Roberto (PT)	PORTO VELHO 63,83% Azev (PSB) 36,17% Sérgio (PT)
MANAUS 65,95% A. Vargas (PSB) 34,05% Francisco (PSB)	BELEM 55,81% Osvaldo (PSB) 44,19% Rodrigues (PSB)
CUJUBÁ 54,85% Heitor (PSB) 45,15% Lado (PT)	NATAL 58,17% A. Duarte (PT) 41,83% Maranh (PSB)
FLORIANÓPOLIS 52,84% Carlos J. (PT) 47,16% Luiza (PSB)	TERESINA 51,54% Evandro (PSB) 48,46% Tenor (PT)
VITÓRIA 52,73% Orlando (PT) 47,27% L. Pires (PSB)	MACAPÁ 58,53% Dácio (PSB) 41,47% Wilson (PT)
SÃO LUÍS 58,85% Ricardo (PT) 41,15% Castro (PSB)	CAMPUS GRANDE 62,55% Azev (PT) 37,45% Otton (PSB)

Furacão desaloja 500 mil nos EUA

O encontro do furacão Sandy com uma frente fria nos EUA lançou ontem a retirada de cerca de 500 mil pessoas de suas casas e criou um furo novo a

nove dias das eleições: Barack Obama foi colocado em um novo teste de liderança que pode ser decisivo em sua reeleição. **INTERNACIONAL PÁG. 48**

Índios prometem resistir 'até morrer'

Grupo garantiu calvária não aceita ordem judicial de despejo em MS, informa Pablo Pereira. **NACIONAL PÁG. 44**

Tempo na capital

32° Máx.
21° Mín.
Sol, calor e pancadas de chuva
HOJE: 78 PÁGINAS

NOTÍCIAS & INFORMAÇÕES

A colheita fiscal da crise
O governo concedeu estímulos ao consumo sem oferecer melhores condições à produção. **PÁG. 42**

UNINOVE Qualidade Reconhecida

Os indicadores de avaliação do MEC comprovam que os cursos da UNINOVE estão entre os melhores do País. Os resultados divulgados nos últimos 3 anos atestam o constante crescimento da UNINOVE em qualidade de ensino, obtendo 100% de aprovação em todos os seus cursos de Bacharelado e Licenciatura.

Confira os cursos na página 5.

PROCESSO SELETIVO 2013 - Inscrições abertas

www.uninove.br

UNINOVE
Diversidade tem o valor
A UNINOVE É SEMPRE 10

Anexo 2: Capa de O Estado de S.Paulo de 30 de outubro de 2012

O ESTADO DE S. PAULO

— JULIO MENQUETTA —
— RUI MENQUETTA —
Diretor

Terça-feira 30 DE OUTUBRO DE 2012 R\$ 3,00 ANO 133 Nº 43477 EDIÇÃO DE 23H15 estado.com.br

Viagem
Férias no Caribe
Nas Ilhas Cayman,
diversão não exige
conta recheada

.edu
Harvard aqui
Professor conduz
debate online com
alunos de 5 países

Caderno2
Clint Eastwood
Xerife fala de novo
filme e de seu apoio
a Mitt Romney




Haddad planeja aprovar reformas já no primeiro ano

Prefeito eleito de SP precisará do apoio do PSD, de Gilberto Kassab, para colocar em prática pacote urbanístico; ontem, no primeiro compromisso, ele se encontrou com Dilma

Eleições 2012

No dia seguinte à vitória, o prefeito eleito de São Paulo, Fernando Haddad (PT), foi a Brasília receber os cumprimentos de Dilma Rousseff, obteve da presidente sinal verde para a renegociação da dívida da cidade, visitou o ex-presidente Lula e falou do plano de aprovar em 2013 uma série de leis necessárias para a reforma urbana que deseja realizar, batizada em seu programa de governo de Arco do Futuro. Haddad afirmou que encerrará a Câmara no primeiro semestre o Plano Dire-

tor e uma série de projetos de leis complementares, como a legislação do zoneamento urbano e um novo Código de Obras. Para isso, precisará do apoio do PSD, presidido pelo prefeito Gilberto Kassab. O petista não exclui a possibilidade de abrigar a sigla em seu secretariado. Hoje Haddad tem reuniões marcadas com Kassab e com o governador Geraldo Alckmin (PSDB), com quem deseja estabelecer parcerias. O presidente nacional do PT, Rui Falcão, afirmou que o partido buscará o apoio do PSD para a reeleição de Dilma Rousseff, em 2014. NACIONAL / PÁGS. A4, A6 e A8

Kassab: 'Vamos trabalhar a 4 mãos'

• Gilberto Kassab prometeu fazer uma transição tranquila com o sucessor. "Vamos trabalhar a quatro mãos", disse. "Tudo o que vier demandado por ele (Haddad) será por nós encaminhado." O prefeito disse ainda que a relação com Haddad é "a melhor possível" e promete doar R\$ 5,5 bilhões em caixa. PÁG. A4

'Aliança'

FERNANDO HADDAD
PREFEITO ELEITO
"Independentemente do rumo do PSD, as condições de diálogo estão dadas"

RUI FALCÃO
PRESIDENTE NACIONAL DO PT
"Queremos que o PSD esteja também na aliança nacional em 2014"

Aécio minimiza derrota de Serra

Aécio Neves minimizou ontem, em entrevista ao Estado, o impacto para o PSDB da derrota de José Serra em São Paulo. "Essa eleição não teve um grande derrotaço", PÁG. A9

Cadastro antigo explica abstenção

O alto índice de abstenção no País, de 19,11%, deve-se mais a cadastros eleitorais desatualizados, com pessoas que já morreram, do que ao descontentamento do eleitor. PÁG. A11



No Planalto. Em visita a Dilma, Haddad agradeceu o 'apoio' da presidente

Furacão Sandy deixa 1 morto e paralisa Costa Leste dos EUA

Com ondas gigantes, fortes ventos e chuvas torrenciais, o furacão Sandy atingiu ontem a Costa Leste dos EUA, a mais populosa do país, onde estão Nova York e Washington. Mais de 60 milhões de pessoas serão afetados, com apagamentos e queda de energia. Uma pessoa morreu em Nova York, atingida por uma árvore. Obama e Mitt Romney suspendem suas campanhas por causa da tempestade. INTERNACIONAL / PÁG. A16



Vazia. Homem na Times Square deserta: moradores estocaram alimento

Após mortes, 600 policiais fazem cerco a Paraisópolis

O secretário de Segurança Pública de São Paulo, Antonio Ferreira Pinto, admitiu ontem, pela primeira vez, que bandidos determinaram a execução de policiais. A ordem teria vindo de criminosos da favela de Paraisópolis, que foi ocupada por 600 homens da Tropa de Choque. A ação não tem prazo para acabar. Aguerria não declarou entre policiais e PCC já deixaram 86 PMs mortos. METRÓPOLE / PÁG. C1

PT sai em defesa de réus do mensalão

Passadas as eleições, partido divulgará manifesto em que condena a "política" do julgamento do mensalão. O empresário Marcos Valério fez oferta de delação premiada. NACIONAL / PÁGS. A12 e A13

Baixa produção derruba ações da Petrobrás

ECONOMIA / PÁG. B1

Fusão de € 3 bi cria a maior editora do mundo

ECONOMIA / PÁG. B18

DORA KRAMER

Estado de graça

No PT, emerge da eleição um discurso pragmático em contraponto ao arizmo radical, que até "fala" a militância, mas não conquista o público. NACIONAL / PÁG. A6

JOSÉ PAULO KUFFER

A dança do tripé

A quebra de abandono do tripé - metas de inflação, câmbio flutuante e responsabilidade fiscal - é a nostalgia do que nunca foi. ECONOMIA / PÁG. B5

LUIZ ZANIN

Vale got de mão?

A mandrangagem cabe no futebol ou deveria ser castigada para que a lei fosse cumprida? Bancos tentam burlar a mais elementar regra do jogo. ESPORTES / PÁG. E2

Tempo na capital

34° Máx. 20° Min.

Calor e pancadas de chuva
100 PÁGINAS

NOTAS & INFORMAÇÕES

Prevaleceu a intuição de Lula

Ex-presidente Iturbide que não bastaria dar uma nova chance à ex-prefeita Marta Suplicy. PÁG. A3

SANTAFe 2.4
O CONFORTO DE UM CARRO DE LUXO COM DESEMPENHO PARA CHEGAR A QUALQUER LUGAR.

Respeite os limites de velocidade. VEJA NA PÁGINA 5.

50% DE ENTRADA E SALDO EM 24X SEM JUROS
TAXA ZERO

Anexo 3: Capa de O Estado de S.Paulo de 31 de outubro de 2012

O ESTADO DE S. PAULO

— JULIO MENQUETTA
1961-1987 —
RUY MENQUETTA
— Diretor —

Quarta-feira 31 DE OUTUBRO DE 2012 R\$ 3,00

ANO 133 Nº 43478 EDIÇÃO DE 23H30

estado.com.br

Classificados

Para anunciar
no Estado ligue:
(11) 3855.2001

PLANETA

Área protegida
Costa dos Corais,
em PE, vence
a degradação



Caderno 2

Ferreira Gullar
Poeta volta a escrever
para o teatro com
peça lançada em livro

Estadão PME

Medidas da moda. Empresários,
como Ronaldo Fraga, tentam
unir forças para se ajustar
à globalização



Furacão Sandy mata ao menos 48 nos EUA e afeta milhões

Ao menos 48 pessoas morreram depois de o furacão Sandy — que se transformou em ciclone ao atingir o continente — destruir partes da Costa Leste dos EUA a uma semana das eleições presidenciais. Cerca de oito milhões de americanos ficaram sem energia elétrica e centenas de milhares precisaram deixar as suas casas. A cidade com mais estragos foi Atlantic City. **INTERNACIONAL / PÁGS. A14 e A17**

16 mil voos

foram cancelados nos EUA durante a passagem do furacão Sandy

‘Não faço toma lá dá cá’, diz Haddad sobre apoios

Prefeito eleito de SP rejeita a possibilidade de abrigar partidos no secretariado em troca de voto na Câmara

Eleições 2012

O prefeito eleito de SP, Fernando Haddad (PT), disse ontem ao Estado que não vai abrigar partidos no secretariado apenas para obter votos na Câmara. Ele afirmou esperar apoio do governador

Geraldo Alckmin (PSDB) e do PSD de Gilberto Kassab. Ensegna que vai ceder a pressões políticas. Questionado se poderia recorrer a outra liderança, foi taxativo: “A resposta é não. Não faço isso”. Haddad disse que as pressões por cargos não o afetam. “A ansiedade, até che-

gar a mim, vai se diluindo”, consentiu. “Começa em alto-mar e, quando chega na praia, que é onde estou, chega raso”. Para ele, o PT tem todo o direito de produzir uma nota em defesa dos réus do mensalão, e espera que o STF julgue o “mensalão tríplice”. **NACIONAL / PÁG. A4**

Influência de Kassab

Coordenador da equipe de transição, Antonio Donato disse que Haddad só dependerá da bancada do PSD se o PT não for hábil. **PÁG. A6**

Polícia acha ‘lista da morte’ contra PMs em Paraisópolis

A PM encontrou uma central do PCC em Paraisópolis onde eram planejados ataques contra policiais. Foram achadas anotações em que constavam até as características físicas de quem deveria morrer. O ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, reiterou oferta de ajuda ao governo estadual no combate à violência. Secretário da Segurança nega oferta. **METRÓPOLE / PÁGS. C1, C3 e C5**

Mensalão



‘SE DIRCEU PAGOU, FOI POR LULA’

Ele não é ladrão. Assim a primeira mulher de José Dirceu, Clara Becker, defende o ex-ministro, em entrevista a Débora Bergamasco. “Se ele pagou (mensalão), foi pelos projetos do Lula”. O medo, agora, é que Dirceu cumpra eventual detenção em regime fechado pelo mensalão. A pena ainda será fixada pelos ministros do STF. **NACIONAL / PÁG. A10**

Amigos. Dirceu e Clara em encontro no dia 8 de outubro, em Vinhedo

PT descarta expulsão de condenados

O presidente do PT, Rui Falcão, descartou a possibilidade de expulsão do partido dos condenados pelo STF no julgamento do mensalão. José Dirceu, José Genoino, Delcílio Soares e o deputado João Paulo Cunha (SP) já receberam condenações. Genoino deverá ser chamado pela Câmara para assumir vaga de deputado a partir de janeiro. **NACIONAL / PÁG. A11**

Justiça barra despejo de índios caiavós em MS

NACIONAL / PÁG. A13

Pai que largou filho em carro alega amnésia

METRÓPOLE / PÁG. C7

TCU vê problema em 6 de cada 10 obras do governo

ECONOMIA / PÁG. B5

Seca deixa reservatórios do Nordeste no limite

ECONOMIA / PÁG. B1

CEL SO MING

Isso não se faz, Arnesto

Em vez de forçar os números para mostrar o cumprimento das metas das contas públicas, o governo poderia ter dado alguma satisfação à sociedade. **ECONOMIA / PÁG. B2**

JOE NOCERA

O homem certo para o cargo?

Mark Thompson deveria assumir o New York Times, mas é suspeito de subornar espião de Jeremy Scaife quando trabalhava na BBC. **VISÃO GLOBAL / PÁG. A19**

TUTTY VASQUES

Trailer do fim do mundo

As emissões de TV não estão preparadas para cobrir o apogeu final. O mesmo que vai dar pra ver é um repórter de capa e galocha nas ruas. **METRÓPOLE / PÁG. C10**

Tempo na capital

33° Máx.
21° Mín.

Calor e pancadas de chuva

Hoje: 110 PARÓIAS



NOTAS E INFORMAÇÕES

O 'JT' sai de cena

O Jornal da Tarde abre novos caminhos no jornalismo. Cabe nos centímetros a percorrer-los. **PÁG. A3**

i30 2.0

A FORÇA DO MOTOR 2.0
COM A TECNOLOGIA HYUNDAI.

RODAS ARO 17"

TAXA ZERO
50% DE ENTRADA E SALDO
EM 24X SEM JUROS

VEJA NA PÁGINA 5.

Respeite os limites de velocidade.