

O Jornal NH em um dia de crise na imprensa brasileira¹

Profa. Dra. Paula Casari CUNDARI²
Profa. Me. Maria Alice BRAGANÇA³
Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS

Resumo

Este estudo integra as pesquisas realizadas para um mapeamento da cobertura da imprensa brasileira às manifestações ocorridas em 15 de março de 2015, idealizado pelo prof. Dr. José Marques de Melo, com foco nas edições de jornais brasileiros no em 17 de março passado. A pesquisa replica o estudo feito por ele em 17 de março de 1966, através do qual testou a metodologia de jornalismo comparado construída por Wilbur Schramm (1957), Jacques Kayser (1953) e Jorge Fernandes (1965). Considera-se o assunto pertinente e oportuno neste momento em que se comemoram os 30 anos da democratização do Brasil. O estudo se apoia em uma análise de conteúdo, conforme Bardin (2004). Ao reconstituir a cobertura da imprensa brasileira na época das manifestações e analisar o *Jornal NH*, objeto de estudo desta pesquisa, registrou-se elementos que caracterizam um agendamento conforme a hipótese construída por McCombs e Shaw (1977), apresentada aqui nas leituras de Traquina (2001) e Hohlfeldt (2001).

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalismo comparado; Agendamento; Jornal NH.

1 INTRODUÇÃO

Um dos principais objetivos deste estudo é o de reunir dados sobre o *Jornal NH*, de Novo Hamburgo, que permitam comparação com os coletados pelos participantes da pesquisa “Um dia na imprensa brasileira: Estudo de jornalismo comparado”, coordenada por José Marques de Melo (UMESP), Antonio de Andrade (UMESP), Marli dos Santos (UMESP), Juliano Domingues (UNICAP) e Aline Grego (UNICAP), com coordenação executiva de Ricardo Alvarenga (UMESP). A pesquisa replica o estudo feito por Marques de Melo em 17 de março de 1966, através do qual testou a metodologia de jornalismo comparado

¹ Trabalho apresentado no GP Gêneros Jornalísticos do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Paula Casari Cundari é jornalista, advogada e doutora em Comunicação Social pela FAMECOS-PUCRS. É professora da Universidade Feevale no Curso de Comunicação Social e diretora de Relações Internacionais da Instituição (e-mail: paulacc@feevale.br). Mestre em Comunicação Social pela FAMECOS-PUCRS,

³ Maria Alice Bragança é jornalista, pesquisadora (e-mail: alice_braganca@hotmail.com).

construída por Wilbur Schramm (1957), Jacques Kayser (1953) e Jorge Fernandes (1965)⁴, e tenta contribuir para a resposta sobre o que mudou no jornalismo em nosso país passados 50 anos. Como 17 de março deste ano inseriu-se em um contexto de manifestações políticas pró e contra o governo Roussef, na mesma data, em 2016, será realizado novo estudo nacional.

Este estudo focaliza basicamente a morfologia dos jornais (categorias funcionais: gêneros e formatos); conteúdo (política, economia, cultura, etc.); semantização conjuntural (crise política nacional – panelaço 2015, movimento anti-Roussef); e uma análise qualitativa do comportamento editorial. O *Jornal NH* pertence à amostra sincrônica, como jornal microrregional. Diante da incorporação de edições digitais na amostra, para obter dados comparáveis no tempo, para mensurar e quantificar, foram utilizadas Unidades de Informação (UI), testadas por Violete Morin.

Antes de tratar da análise morfológica do Jornal NH a edição de 17 de março de 2015, apresenta-se a seguir um breve histórico do veículo e da imprensa de Novo Hamburgo.

1 O JORNAL NH E A IMPRENSA DE NOVO HAMBURGO

O município de Novo Hamburgo completou 88 anos em 2015. O surgimento da imprensa local acompanha o processo de emancipação do município. Até 1927, a localidade era distrito de São Leopoldo. É considerado oficialmente o primeiro jornal do município o semanário *O 5 de Abril* que circulou de 6 de maio de 1927 a 1962 (BRAGANÇA; RIBEIRO, 2004). Fundado pelo gráfico Hans Behrend, nascido em Berlim e imigrado para o Brasil em 1880, o jornal teve como redator um dos líderes do movimento emancipatório, e Primeiro Intendente Municipal, Leopoldo Petry. Também historiador, Petry registra em seu livro *O município de Novo Hamburgo*, que o primeiro jornal que circulou na região *O Monóculo* teria sido criado em 1918 (BRAGANÇA, 2005).

É ao final dos anos 1950 e início dos anos 1960 que, conforme Francisco Rüdiger, iniciou-se, realmente, um movimento de organização do jornalismo interiorano, cujas origens remontam à fundação da Associação dos Jornais do Interior (1962), que teve na

⁴ As pesquisas de Wilbur Schramm (*One Day in de The World Press* – Stanford, 1957), Jaques Kayser (*Une semaine dans le monde* – Paris, UNESCO, 1953) e Jorge Fernandez (*Dos Semanas en Prensa de América Latina* – Quito, CIESPAL, 1965) focalizavam um período normal na vida cotidiana. O estudo de José Marques de Melo foi realizado no ICINFORM, Recife, 1966, quando aquele instituto foi criado por Luiz Beltrão e apoiado pela UNICAP. Diante do contexto brasileiro de protestos e manifestação pró e contra o governo Dilma Roussef, o estudo será replicado também no próximo ano, em 17 de março de 2016.

liderança, como um dos seus criadores e primeiro presidente, Mário Gusmão, fundador do Grupo Sinos. Com base em investimentos em máquinas e concentração de capitais, várias empresas vinculadas a ADJORI conquistam posição de destaque no mercado de jornais do estado.

Criado em 19 de março de 1960, pelos irmãos Paulo Sérgio e Mário Alberto Gusmão, o *Jornal NH* privilegia uma cobertura microrregional, com foco nas cidades de Novo Hamburgo, Campo Bom, Estância Velha, Taquara, Montenegro e outras 41 cidades que compõem o Vale do Rio dos Sinos, Vale do Paranhana, Vale do Caí, Região Metropolitana, Região das Hortênsias e Litoral Norte⁵. Principal jornal do Grupo Sinos, o *NH* circula de segunda a sábado, publicando notícias locais, economia, política, polícia e cultura, além de registrar fatos importantes do Rio Grande do Sul, Brasil e do Mundo. É o maior jornal do país em número de assinantes fora de capitais. A circulação diária é de 43.231 exemplares, segundo o IVC.

O Grupo Editorial Sinos investe em um forte vínculo com o público de seus veículos. De atuação multimídia e uma das 20 maiores do país em faturamento colocava-se entre as dez maiores em parque gráfico, em 2002. Na década de 1960, conforme Dornelles (2004, p. 114), o *NH* foi o primeiro jornal dentre os três estados do Sul do país a instalar o sistema *offset* de impressão. “Em 1983 foi o primeiro jornal da América do Sul a implantar o processo de gravação de chapas sem a utilização de fotolito. A redação foi informatizada em 1985” (DORNELLES, 2004, p. 114). O *Jornal NH*, foi disponibilizado na Rede Mundial de Computadores (Internet) juntamente com outros pioneiros brasileiros, como o *Jornal do Brasil* e *Zero Hora*⁶.

O *Jornal NH* publica semanalmente os cadernos: “Viver com saúde”, na segunda-feira; “Decoração”, na terça-feira; “NH Vale do Caí”, terça-feira; “Motores”, na quarta-feira; “Gourmet”, na sexta-feira; Paranhana, também na sexta-feira; e o infantil “Popinha”, aos sábados. Atualmente, o *NH* possui um *site*, onde são publicadas notícias sobre fatos locais e mundiais, com repercussão sobre o cotidiano dos habitantes da Região Metropolitana de Porto Alegre. Com uma média diária de 3.802.541 acessos, segundo o

⁵ As cidades de abrangência do *Jornal NH* são: Alto Feliz, Araricá, Barão, Bom Princípio, Brochier, Campo Bom, Canela, Dois Irmãos, Estância Velha, Feliz, Gramado, Harmonia, Igrejinha, Imbé, Ivoti, Lindolfo Collor, Linha Nova, Maratá, Montenegro, Morro Reuter, Nova Hartz, Nova Petrópolis, Novo Hamburgo, Osório, Pareci Novo, Parobé, Picada Café, Porto Alegre, Presidente Lucena, Riozinho, Rolante, Salvador do Sul, Santa Maria do Herval, Santo Antônio da Patrulha, São Francisco de Paula, São José do Hortêncio, São José do Sul, São Pedro da Serra, São Sebastião do Caí, São Vendelino, Sapiranga, Taquara, Tramandaí, Tupandí, Três Coroas e Vale Real.

⁶ No Brasil, o *Jornal do Brasil* foi disponibilizado integralmente na *Web* em 28 de maio de 1995, seguido por *Zero Hora*, do Grupo RBS, em junho.

Google Analytics⁷, o *site* inclui *Blogs* (com a opinião de diferentes personalidades), “Interativo” (espaço destinado à participação dos internautas) e “WebTV” (vídeos noticiosos produzidos pela redação). O endereço do site é: www.jornalnh.com.br.

Um dos cadernos temáticos do *NH* ganhou vida própria em novembro de 1969. O *Jornal Exclusivo* intensificou a ligação do Grupo Sinos com a indústria calçadista, um dos principais setores produtivos da região. O periódico começou mensal e hoje em dia circula semanalmente, mas chega a ser diário durante eventos do setor. Também dedicada ao mercado calçadista, a *Revista Lançamentos* foi distribuída em janeiro de 1973 e conta atualmente com edições voltadas para moda e tendências. Em 1979, foi criado o *Diário Indústria e Comércio*, destinado ao setor empresarial.

O Grupo Sinos, já com o *NH* e *VS* sendo publicados de segunda a sábado, expandiu sua abrangência até Canoas em 15 de junho de 1992, quando foi lançado o *Diário de Canoas*. A edição dominical dos jornais do Grupo Sinos chegou em 29 de outubro de 1995, com o *ABC Domingo*, o primeiro do Rio Grande do Sul a ser produzido com a cobertura noticiosa de sábado, além de reportagens especiais. Atualmente, a circulação do *ABC Domingo* é de 66.183 exemplares.

A diversificação das mídias começou em 1998, quando parte do conteúdo dos jornais era disponibilizada na internet nos *sites* dos jornais. E se intensificou em agosto de 2002, quando foi adquirida a Rádio ABC 900 AM, emissora tradicional de Novo Hamburgo, fundada em fevereiro de 1948 e focada no noticiário local e na cobertura esportiva dos times da região. O Grupo Sinos lançou, em 30 de julho de 2007, o portal *Ziptop*.⁸

Em fevereiro de 2009, o Grupo Sinos incorporou o *Jornal de Gramado*, fundado em 25 de maio de 1984 e com perfil comunitário e enfoque local. Com foco nas novidades para o Industrial, em 2004 foi lançada a *Revista Lançamentos Indústria*, que em março de 2012 se tornou *Lançamentos Preview*. Em 2007, foi criado o portal *Exclusivo On Line* e, em 2011, um novo layout foi dado ao *Vitrines da Europa*, com a criação do portal *Moda e Conceito*.

Em novembro de 2012, dois novos diários foram incorporados ao Grupo Sinos: *Correio de Gravataí*, fundado em 1983, e *Diário de Cachoeirinha*, criado em 2003. Em dezembro de 2012, o Grupo Sinos lançou a *Like Magazine*, publicação voltada ao consumo,

⁷ Os dados são de novembro 2014.

⁸ Atualmente, o *Ziptop* é um canal de variedades dos portais dos jornais.

com pautas como turismo, moda, gastronomia, decoração, acontecimentos sociais e entrevistas com personalidades da região.

2 GÊNEROS E FORMATOS JORNALÍSTICO NO *JORNAL NH*

Na edição de 17 de março de 2015, do *Jornal NH*, o total de unidades comunicacionais (informação, propaganda, instrução e entretenimento) encontrado foi de 163. As manchetes e chamadas da primeira página e o expediente não foram contabilizadas por não serem identificadas com nenhuma categoria, somando, assim, 11 unidades sem categorização específica.

A categoria comunicativa “Informação” é que possui o maior número de unidades, somando 95. Na categoria “Propaganda”, foram classificadas 55 unidades, enquanto na de “Entretenimento”, somente dois passatempos (Cruzadas e Horóscopo).

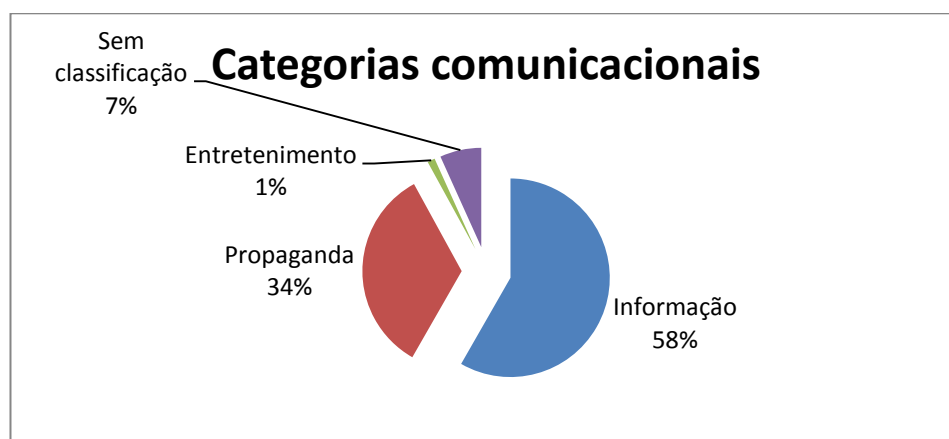


Fig. 1 – Gráfico 1 – categorias comunicacionais

Quanto à classificação dos gêneros jornalísticos e formatos presentes na edição de 17 de março de 2015 do *Jornal NH*, cabe registrar a clara predominância do gênero *informativo* sobre os demais. A notícia, com extensões variadas, é o formato mais encontrado, geralmente dando conta de fatos ocorridos no dia anterior, com a presença de um *lead* convencional. O texto da notícia no *NH* obedece ao esquema da “pirâmide invertida”.

Com relação à reportagem, observa-se que, no jornal analisado, ela apresenta-se bastante enxuta, com entrevistas a fontes escassas, geralmente fontes oficiais, acompanhada de uma chamada que convida o leitor a assistir a reportagem em vídeo no *site* do *NH*. Há

interação, assim, do jornal impresso com o veículo na *web*. O impresso é apenas uma das interfaces utilizadas para informar o leitor/usuário do jornal e do *site*. As reportagens são divididas em subtítulos, uma forma fragmentada comum à imprensa atualmente.

O gênero mais presente no *NH*, em segundo lugar, é o *opinativo*, com destaque para as “colunas de opinião”. Nessas colunas, o que se observa são pequenas notícias e notas, com comentários do colunista responsável pelo espaço. O *Jornal NH* não publica “Editorial”. A linha editorial é identificável, claramente, como comenta Beltrão (1980), “pelo critério de seleção das informações, pelo relevo dado a determinadas matérias, pelos títulos, fotografias”, entre outras. Também José Marques de Melo (2003, p. 75) salienta que os veículos de comunicação “se movem na direção que lhes é dada pelas forças sociais que os controlam e que refletem também as contradições inerentes às estruturas societárias que existem”.

A tabela, a seguir, registra os gêneros jornalísticos e formatos presentes no *NH*:

GÊNEROS	FORMATOS / CÓDIGOS	TOTAIS
INFORMATIVO	Nota (1)	11
	Notícia (2)	43
	Reportagem (3)	13
	Entrevista (4)	-
		67
INTERPRETATIVO	Dossiê (5)	-
	Perfil (6)	-
	Enquete (7)	-
	Cronologia (8)	1
		1
OPINATIVO	Editorial (9)	-
	Comentário (10)	-
	Artigo (11)	-
	Resenha (12)	-
	Coluna (13)	8
	Crônica (14)	3
	Caricatura (15) (Charge)	2
	Carta (16)	2
		15
DIVERSIONAL	História de interesse humano (17)	-
	História colorida (18)	-

		0
UTILITÁRIO	Indicador (19)	3
	Cotação (20)	-
	Roteiro (21)	5
	Serviço (22)	4
		12
TOTAL GERAL		95 UI

Fig. 2 – Tabela de gêneros e formatos

De acordo com Marques de Melo (2003), como mecanismo de direcionamento ideológico, a opinião se materializa no jornalismo já na seleção das incidências observadas na sociedade, sendo registradas pela filtragem que é realizada no processo de difusão, seja por omissão, projeção ou redução dessas incidências (MARQUES DE MELO, 2003, p. 75). Entre os mecanismos citados, pelo autor, para o filtro das informações pela empresa jornalística, estão a definição e a angulação das pautas, a rede noticiosa empregada e as fontes consultadas. Marques de Melo (2003) registra também a expressão opinativa na própria estruturação (e disposição gráfica) das notícias, da projeção ou redução das mensagens às especificidades da construção dos títulos e manchetes de mensagens.

As cartas ganham no *NH* uma formatação diferenciada. O espaço destinado ao leitor, convencionalmente denominado de cartas, oferece interatividade com a redação por *e-mail*, com resposta publicada posteriormente impressa, sob título “Interativo”. Em “Vida Real”, o leitor envia fotografias para publicação pelo jornal.

A charge ocupa destaque no *NH*, com dois espaços destinados a ela, um deles assinado por Sinovaldo e o outro por Gilmar Luiz Tatsch, o Tacho. As manifestações ocorridas em 15 de março foram o tema de suas charges na terça-feira, dia 17.

3 ANÁLISE TEMÁTICA E SEMANTIZAÇÃO CONJUNTURAL

Possivelmente em função da pauta nacional neste dia ainda se centralizar nas manifestações ocorridas no domingo, dia 15 de março, na edição do *Jornal NH* analisada predominam as matérias sobre política, envolvendo o governo federal. Geralmente, o foco da cobertura do jornal são fatos relacionados à cidade de Novo Hamburgo e região.

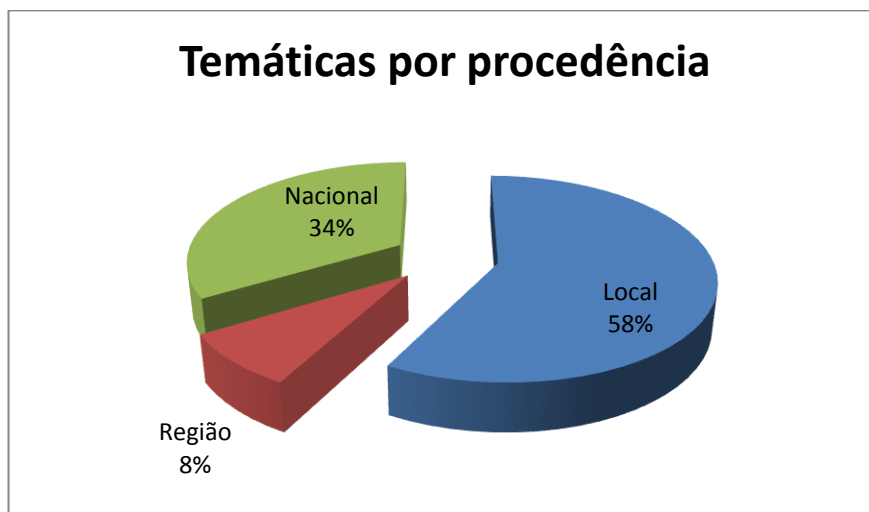


Fig. 3 – Gráfico 2, temáticas por procedência

As temáticas presentes no jornal podem ser abordadas a partir de uma classificação diferenciada dessa, ressaltando os conteúdos locais do jornal e da cobertura da região. Na edição em análise, os conteúdos nacionais centralizam-se na área política devido à atenção da mídia estar voltada aos resultados da Operação Lava Jato e repercussões dos protestos contra o governo Dilma Roussef. Se o critério adotado para classificação das Unidades Informativas fosse a procedência, teríamos 55 locais, 8 regionais e 32 nacionais, conforme mostra o Gráfico 2, acima.

Somando às citações nas colunas de opinião e charges, a política é tematizada em 24 UIs, sendo que 21 são em textos do gênero informativo. A tabela, a seguir, registra os conteúdos abordados no *Jornal NH* em 17 de março de 2015.

CONTEÚDO TEMÁTICO	Uis
Geral	11
Local/Cidade/Metrópole	4
Interior/Municípios/Região	-
Global/Mundial/Internacional	-
Esportes	8
Polícia	10
Política	21
Economia	11
Cultura/Artes/Literatura	9
Saúde/Corpo/Nutrição	2
Trabalho/Emprego/Sindicato	-

Lazer/Férias/Turismo	-
Mulher/Beleza/Moda	-
Jovem/Teen	-
Homem/Carro/Poder	-
Meio ambiente/Clima/Natureza	3
Raça/Preconceito/Conflito	1
Religião/Igrejas/Misticismo	-
Infância/Família/Escola	6
Ritos de passagem/ Festas/ Vida cotidiana	9
Ciência/Tecnologia/Inovação	-
TOTAL	95

Fig. 4 – Tabela de conteúdos temáticos

3 AFINAL CRISE, QUE CRISE?

A análise da cobertura do *Jornal NH* possibilita o questionamento acima. As manchetes e chamadas da edição de 17 de março de 2015 dão destaque a temas relacionados, não abordando, diretamente, a crise. “Lava Jato no 10º round” é a matéria especial, com fotos do tesoureiro do PT, João Vaccari Neto, e do ex-diretor da Petrobras, Renato Duque, e enfoque para “denúncia por corrupção, lavagem e quadrilha”. “Dilma admite algum erro de dosagem na economia”, também é manchete. Essas são as matérias nacionais de primeira página, e em conformidade com os critérios de noticiabilidade, depois da nacional, tem evidência uma notícia local sobre uma feira de máquinas e equipamentos “FIMEC, a Feira de Tudo, abre hoje”. Observa-se que a *atualidade* é critério relevante para o jornal, que as notícias sobre as manifestações ocorridas no domingo foram publicadas na segunda-feira e que houve a opção editorial pela divulgação da Operação Lava Jato na edição de 17 de março. Outras quatro chamadas, menores e de interesse local, compõem a primeira página do jornal.

A informação sobre os protestos contra o governo Rouseff em Novo Hamburgo estão presentes já na página 2, na coluna Sabe-tudo, espaço informativo, geralmente, destinado a pequenas notas locais de agenda e de interesse público: “Panelaço em Novo Hamburgo. A exemplo do que aconteceu em outras cidades do País, enquanto o *Jornal Nacional* reproduzia a fala da presidente Dilma Rouseff ontem à noite, foi ouvido um panelaço na região central do município”. A informação não tem fonte (quem ouviu?,

quem relatou?). Nessa mesma página, a charge, assinada por Sinovaldo, retrata o “Recado das ruas” na imagem da bandeira do Brasil com um rato adesivado no centro.



Fig. 5 – Charge de Sinovaldo

Como explica Carlos Romualdo (2000), a charge é uma modalidade de manifestação comunicativa condensadora de múltiplas informações. De acordo com o autor, nos casos em que as relações intertextuais se dão com textos que não estão no jornal, cabe ao leitor fazer a recuperação desses intertextos para inteirar-se mais profundamente da mensagem transmitida pelo texto chargístico. Por ser uma imagem, é de rápida interpretação. Há uma distinção no texto da charge dos demais textos opinativos, porque ele faz sua crítica utilizando-se constantemente do humor.

A matéria especial referida na manchete principal está nas páginas 8-11. É composta por diversas notícias, fotos e um infográfico, com títulos “Petistas denunciados pela operação Lava Jato”, “Dilma admite que pode ter errado na dose na economia”, “Operação já emitiu 71 mandados de prisão” e apresenta lista de denunciados. Observa-se que, mesmo não tendo um editorial, o Grupo Sinos, se posiciona de forma crítica ao governo do PT na edição da matéria. As notícias e reportagem ocupam quatro páginas e como o jornal não possui jornalista enviado para Brasília acaba por faltar escopo para reportagem crítica.

Os textos que abrem as páginas, caracterizados como editoria “Especial”, não possuem assinatura de responsável e não são citadas as agências das quais procederiam as informações utilizadas para compor o texto principal “Petista denunciados pela Operação Lava Jato. A empresa utiliza material das agências Agência Brasil e France Press, identificadas em algumas das notícias e nas fotografias. Caracteriza-se mais para o

opinativo, uma vez que o leitor é conduzido pela edição e seleção das palavras: “Dilma admite que pode ter errado...” (admite); “Primeiro ‘depoimento’” (poderia ser declaração); “Propina atrasada”; “Assustador, diz juiz sobre propina”. A palavra “propina” é repetida em diversos textos.

Na última parte da matéria especial, o jornalista Ricardo Marques, qualifica os protestos: “as manifestações foram pacíficas e deixaram o sentimento de que o povo sabe o que quer” (o que o povo objetivamente quer não é explicitado). Organizadas como se fossem uma enquete, estão editadas opiniões de participantes dos protestos, que, mesmo afirmando não representarem as entidades que dirigem, são identificados por seus cargos, relacionados ao Sindilojas e à OAB/NH. Como exceção, estão os depoimentos do presidente da ACI, entidade que apoiou às manifestações, inclusive publicando matéria paga dias antes dos protestos no *Jornal NH* e um estudante da Organização de Novo Hamburgo, promotora das manifestações. Todos também “convocam” para os novos protestos contra o governo previsto para o dia 12 de abril. Registra o texto do repórter:

Este é o pensamento unânime de algumas das principais entidades da região, que elogiam iniciativa, destacam o amadurecimento político, e democrático da população e reafirmam o otimismo de que toda a mobilização ocorrida, principalmente, pelas redes sociais nas últimas semanas, não foi em vão. Tanto que todos também concordam em apoiar novas manifestações, cuja mobilização já está ocorrendo e que devem ocorrer novamente em todo o País, nos moldes dos atos do último domingo, no dia 12 abril.

Finaliza, convidando para acompanhar as opiniões de quem vivenciou de perto o “histórico dia 15 de março”. Entende-se que aí está a posição do *Jornal NH*. Um posicionamento que vai sendo sinalizado desde a manchete, evidenciando-se na matéria especial, com foto produzida (Diego da Rosa/GES).

A página tradicional de opinião do jornal, p. 12, traz três artigos que não fazem comentários sobre a crise, apenas pequenas referências, como no texto do jornalista Vinicius Bossle, que se inicia com “no meio de tanta confusão social...”. Já o outro articulista, o publicitário Mauro Blankenheim, finaliza com: “Numa semana de nem tão amenas manifestações ao vivo me manifesto *doucement, light*”.

Nesta página a opinião crítica vem por meio da charge do Tacho, com duas pessoas conversando, uma, com a bandeira do Brasil na mão que diz: “colocamos dois milhões nas ruas...”, e a outra, de paletó, responde “coloquei 20 milhões em uma conta na Suíça...”.



Fig. 6 – Charge de Tacho

A charge de Tacho é a única referência ao SwissLeaks, envolvendo jornalistas, proprietários de redes de comunicação, jornais e revistas, cujo montante de valores depositados no HSBC e Genebra, na Suíça, somaria US\$ 7 bilhões, um total que representa dez vezes mais do que o valor que o Ministério Público Federal comprovou até o momento como usado para pagamento de propina na investigação da Operação Lava Jato, sobre cartel e desvio de recursos na Petrobras.⁹

Os chargistas colocam nas figuras suas opiniões, suas críticas a personagens e a fotos políticos, transmitindo informações através do sistema pictórico. A charge é um texto visual desenhado e possui algumas características comuns a todos os desenhos. Possui um caráter icônico, pode ser convertido a formas mais reduzidas, a elementos gráficos mínimos como o ponto, as linhas e as massas, que variam de intensidade e podem assumir as mais diversas formas. A mensagem icônica, conforme Romualdo (2000), não será recebida e decodificada se não forem levados em conta os diversos contextos necessários para que isso aconteça. Para compreender a charge de Tacho é preciso ter conhecimento das informações sobre o caso SwissLeaks, que não estavam presentes na edição do *Jornal NH* em que a charge foi publicada, ou mesmo nas publicações dos meios de comunicação de comunicação em geral.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

⁹ OTÁVIO, Chico; TARDAGUILA, Cristina; BERTA, Ruben. Lista do HSBC tem empresários de mídia. O Globo, 14 mar. 2015. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/lista-do-hsbc-tem-empresarios-de-midia-15596191>. Acesso em: 20 abr. 2015.

A partir da análise da cobertura de imprensa aos protestos do dia 15 de março de 2015 e suas repercussões, com consulta às revistas *Veja*, *IstoÉ*, *Carta Capital* e *Época*, pôde-se observar elementos característicos de agendamento nas publicações que dizem respeito às manifestações ocorridas naquela data, conforme a hipótese construída por McCombs e Shaw (1977). A crise do governo Dilma Roussef é pauta permanente na capa dessas publicações, com dirigentes do partido ao qual pertence a presidente, o PT, aos escândalos que envolvem desvios e pagamento de propina na Petrobras. Destaca-se na cobertura dos protestos a Rede Globo de Televisão. Diferente tratamento recebe em toda a mídia o SwissLeaks.

O *Jornal NH* não difere dessa cobertura geral da mídia brasileira. Ficou evidenciada, desde o início da cobertura, a presença do conceito de *acumulação*, caracterizada por Hohlfeldt (2001, p. 201) como a “capacidade que a mídia tem de dar relevância a um determinado tema, destacando-o do imenso conjunto de acontecimentos diários”, pelo espaço ocupado nas páginas do jornal pelas matérias jornalísticas relativas ao caso, em detrimento de outros fatos que ocorriam na cidade e no estado, na mesma época. A *onipresença*, que se caracteriza por “um acontecimento que, transformado em notícia, ultrapassa os espaços tradicionalmente a ele determinado”, também se comprovou. No caso do *Jornal NH*, as notícias sobre os protestos espalham-se desde a coluna informativa “Sabertudo”, na página 2, às charges de Sinovaldo e Tacho e às notícias e reportagem da editoria “Especial”, criada para esta cobertura, até a coluna política local, assinada por João Ávila. O noticiário econômico na editoria “País/Mundo” acentua a situação de crise, com destaque para as matérias: “Prévia do PIB indica retração na economia” e “Com leve queda, dólar fecha cotado a R\$ 3,24”, em que a notícia registra: “A moeda teve influência importante da tendência externa que acabou se sobrepondo a eventuais reações do mercado às manifestações contra o governo no domingo, com milhares de pessoas nas ruas pelo país”.¹⁰

Um outro indício de agendamento é trazido no conceito de *centralidade* que é “a capacidade que os mídias têm de colocar como algo importante determinado assunto, dando-lhe não apenas relevância quanto hierarquia e significado” (HOHLFELDT, 2001, p. 201). O *Jornal NH* não só destacou os protestos como elegeu as denúncias de corrupção envolvendo integrantes do partido do governo, o PT, e os protestos pedindo o *impeachment* da presidente Dilma Roussef como os fatos mais importantes (*hierarquia*) e o associou aos

¹⁰ COM LEVE queda, dólar fecha cotado a R\$ 3,24. *Jornal NH*, 17 mar. 2015, p. 23.

termos “propina” e à imagem dos “ratos” na charge de Sinovaldo.

Compreendendo que um dos “[...] desdobramentos da *tematização* é a chamada suíte de uma matéria, ou seja, os múltiplos desdobramentos que a informação vai recebendo de maneira a manter presa a atenção do receptor naquele assunto” (HOHLFELDT, 2001, p. 202). O acompanhamento das fases da Operação Lava Jato e da convocação dos protestos contra o governo, agendando as próximas manifestações são um exemplo de tematização. O conceito de *focalização* ficou evidenciado na quantidade de vezes em que aparece a associação entre as denúncias de corrupção e o partido da presidente da República. As *fotografias* aparecem com bastante destaque. Elas são o segundo ponto de atração para a leitura, merecendo, por essa razão, análise cuidadosa. Elas dramatizam e personificam os acontecimentos. Em *Fotojornalismo: Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*, Jorge Pedro Sousa chama a atenção para o fato de que a fotografia é “[...] ontogenicamente incapaz de oferecer determinadas informações, daí que tenha de ser complementada com textos que orientem a construção de sentido para a mensagem” (SOUSA, 2004, p. 12).

A seleção das fotos é feita pelo editor da página, ou pelo editor geral de um jornal. Berger e Marocco (2006) fazem essa relação entre o que é publicado e o editor como representante da linha editorial e do veículo:

A edição de jornal — como um conjunto de operações relacionadas à publicação e distribuição de jornais e como a evidência do trabalho de um editor-chefe — está inscrita em um quadro complexo de produção jornalística, que conjuga o gesto individual, as estratégias empresariais e as práticas jornalísticas a condições históricas de possibilidade (BERGER e MAROCCO, 2006, p. 17).

A pesquisa demonstrou que a cobertura realizada pelo *Jornal NH* focalizou as manifestações ocorridas em 15 de março de 2015 (HOHLFELDT, 2001) — ou o enquadrrou (TRAQUINA, 2001) — como uma *estória* relacionada aos protestos contra o governo Dilma Roussef, cujo partido está envolvido em escândalos de corrupção e propina.

Referências

BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 2004.

- BELTRÃO, Luis. *Jornalismo opinativo*. Porto Alegre: Sulina, 1980.
- BERGER, Christa e MAROCCO, Beatriz. A dupla falta do editor de jornal, nos livros e cursos de Jornalismo. In: FELIPPI, Ângela; PICCININ, Fabiana e SOSTER, Demétrio de Azeredo. *Edição em Jornalismo*. Santa Cruz: UNISC, 2006.
- BRAGANÇA, M. Alice. Inventário da Imprensa de Novo Hamburgo – “O 5 de Abril”. In: Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho, 3. Novo Hamburgo: Feevale, 2005. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/3o-encontro-2005-1>. Acesso em: 20 abr. 2015.
- BRAGANÇA, M. Alice; RIBEIRO, Neusa B. História do Jornalismo em Novo Hamburgo: Apontamentos iniciais. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 2, 2004. *Anais...* Florianópolis: UFSC, 2004.
- CAMARGO, Gilson. Protestos – Antidemocracia não se sustenta. *Extra Classe*, abr. 2015, p. 10-1.
- DORNELLES, Beatriz. *Jornalismo “comunitário” em cidade do interior*. Porto Alegre: Sagra & Luzzatto, 2004.
- HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. e FRANÇA, Vera Veiga (Orgs.). *Teorias da comunicação*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- MARQUES DE MELO, José (Org.) *Identidade da imprensa brasileira no final do século*. São Bernardo do Campo: UMESP, 1998.
- MARQUES DE MELO, José. *Jornalismo opinativo*. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2003.
- MARQUES DE MELO, José; ASSIS, Francisco de (Orgs.). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010.
- McCOMBS, Maxwell e SHAW, Donald L. *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. Saint Paul, West Publishing Co., 1977.
- ROMUALDO, Edson Carlos. *Charge jornalística*. Maringá: Eduem, 2000.
- RÜDIGER, Francisco R. *Tendências do jornalismo*. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 1993.
- SOUSA, Jorge Pedro de. *Fotojornalismo: Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.