



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Pablo Lima do Nascimento

**Desafios do jornalismo cultural: valores-notícia e rotinas de produção no
Segundo Caderno de *O Globo* durante a pandemia da COVID-19**

Rio de Janeiro

2023

Pablo Lima do Nascimento

**Desafios do jornalismo cultural: valores-notícia e rotinas de produção no
Segundo Caderno de *O Globo* durante a pandemia da COVID-19**

Dissertação apresentada, como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre, ao Programa
de Pós-Graduação em Comunicação, da
Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Orientadora: Prof.^a Dra Sonia Virgínia Moreira

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

N244	Nascimento, Pablo Lima do Desafios do jornalismo cultural: valores-notícia e rotinas de produção no Segundo Caderno de O Globo durante a pandemia da COVID-19/ Pablo Lima do Nascimento. – 2023. 87 f. Orientadora: Sônia Virgínia Moreira. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. 1. Comunicação – Teses. 2. Jornalistas – Teses. 3. Covid-19 – Teses. I. Moreira, Sônia Virgínia. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Educação. III. Título. br CDU 316.77
------	--

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Pablo Lima do Nascimento

**Desafios contemporâneos do jornalismo cultural: valores-notícia e rotinas de produção
no Segundo Caderno de *O Globo* durante a pandemia da COVID-19**

Dissertação apresentada, como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre, ao Programa
de Pós-Graduação em Comunicação, da
Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

Aprovada em 18 de dezembro de 2023.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dr.^a. Sônia Virgínia Moreira(Orientadora)

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Prof. Dr. Leonardo de Marchi

Faculdade de Comunicação Social – UERJ

Prof. Dr. Ricardo Ferreira Freitas

Faculdade de Comunicação Social - UERJ

Rio de Janeiro

2023

RESUMO

NASCIMENTO, Pablo Lima do. *Desafios contemporâneos do jornalismo cultural: valores-notícia e rotinas de produção no Segundo Caderno de O Globo durante a pandemia da COVID-19*. 2023. 87 f. Dissertação (Mestrado Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

Este trabalho investigou o processo de cobertura jornalística realizada pela editoria de cultura da edição impressa do jornal O Globo durante 12 meses (março de 2020-março de 2021), no período mais intenso da pandemia da COVID-19, por meio da análise gráfica e de conteúdo de reportagens do suplemento Segundo Caderno. O foco da pesquisa convergiu para as rotinas produtivas dos jornalistas e em como as relações com as fontes foram afetadas no primeiro ano da pandemia, quando novos métodos de apuração e produção de informação (plataformas digitais e aplicativos como *WhatsApp*) se mostraram fundamentais para o jornalismo. A pesquisa aborda as prioridades e os recursos usados para o desempenho da função de jornalista e a adaptação dos profissionais às novas “regras” de produção ditadas pela tecnologia. Com base nas teorias interacionista e etnoconstrucionista, esta dissertação teve por objetivo contribuir para os estudos dos suplementos culturais de jornais diários, nas versões impressa e online, e observar a transição dos modos clássicos de apuração (contato pessoal ou por telefone, por exemplo) no ambiente das plataformas digitais. Os métodos utilizados foram a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a análise de conteúdo.

Palavras-chaves: jornalistas; rotinas profissionais; pandemia Covid-19; critérios de noticiabilidade; plataformas digitais

ABSTRACT

NASCIMENTO, Pablo Lima do. *Challenges of cultural journalism: news values and production routines in O Globo's supplement Segundo Caderno during the COVID-19 pandemic*. 2023. 87 f. Dissertação (Mestrado Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

This work investigated the process of journalistic coverage carried out by the culture section of the print edition of the daily newspaper O Globo during 12 months (March 2020-March 2021), during the most intense period of the COVID-19 pandemic, considering the graphic and content analysis of news published in the Segundo Caderno supplement. The research focused on journalists' production routines and how relationships with sources were affected in the first year of the pandemic, when other methods of news gathering and information production, using digital platforms and applications such as WhatsApp, proved fundamental to journalism. The research addresses the priorities and resources used by journalist and their adaptation to the new "rules" of production dictated by technology. Based on interactionist and ethnoconstructivist theories, the aim of this dissertation is to contribute to the studies of cultural supplements of daily newspapers, both in print and online, and to observe the transition from classic modes of reporting (e.g., personal contact or telephone) to the environment of digital platforms. The methods used were bibliographic research, documentary research and content analysis.

Keywords: journalists; professional routines; Covid-19 pandemic; news values; digital platforms

Dedico este trabalho à minha mãe, Clarice Lima.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais.

Ao PPGCOM da UERJ pela oportunidade.

Aos professores desta pós-graduação, em especial: Ricardo Freitas, Leonardo de Marchi, Cíntia Sanmartin Fernandes, Fausto Amaro, Leda Maria da Costa, Ronaldo George Helal, Fernando Gonçalves e Rogério Christofolletti.

À minha orientadora, Sonia Virgínia Moreira. Agradeço pelos inúmeros ensinamentos transmitidos.

A todos os meus amigos, pelos momentos inesquecíveis, conversas e incentivos durante o desenvolvimento deste trabalho, em especial: Alípio Carmo, Bernardo Simbalista, Eduardo Lam, Felipe Charbel, Debora Neri, Sérgio Melo, Alexandre Santos, Agnes Rissardo e Mariana Antoun.

Aos colegas de turma e hoje amigos Julia Ourique e Victor Quaresma. Vocês foram oásis em tempos de pandemia!

Aos primos Marco Christ e Victor Marroquim e à tia Cecília Lima Amorim, pelos momentos eternos e gloriosos desde a infância.

Meus sinceros agradecimentos!

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1	Capa do Caderno B do Jornal do Brasil em 6 de janeiro de 1961.....	26
Imagem 2	Capa do Caderno B do Jornal do Brasil em 3 de novembro de 1972.....	27
Imagem 3	Capa do Caderno B do Jornal do Brasil em 1 de dezembro de 1999.....	28
Imagem 4	Capa do Caderno B do Jornal do Brasil em 28 de janeiro de 1980	29
Imagem 5	Capa do Segundo Caderno em 15 de abril de 2010.....	30
Imagem 6	Capa do Segundo Caderno em 27 de novembro de 2015.....	33
Imagem 7	Capa do Segundo Caderno em 13 de dezembro de 2008.....	34
Imagem 8	Diagrama midialógico da Covid-19, Folha de S. Paulo, 2020.....	54
Imagem 9	Capa do Segundo Caderno em 14 de março de 2020.....	60
Imagem 10	Capa do Segundo Caderno em 26 de março de 2020.....	63
Imagem 11	Capa do Segundo Caderno em 27 de abril de 2020.....	65
Imagem 12	Capa do Segundo Caderno em 19 de abril de 2020.....	66
Imagem 13	Capa do Segundo Caderno em 1 de maio de 2020.....	67
Imagem 14	Capa do Segundo Caderno em 19 de julho de 2020.....	69
Imagem 15	Capa do Segundo Caderno em 05 de maio de 2020.....	70
Imagem 16	Capa do Segundo Caderno em 11 de dezembro de 2020.....	73
Imagem 17	Capa do Segundo Caderno em 28 de outubro de 2020.....	74
Imagem 18	Capa do Segundo Caderno em 07 de janeiro de 2021.....	76
Imagem 19	Capa do Segundo Caderno em 13 de fevereiro de 2021.....	77
Imagem 20	Capa do Segundo Caderno em 14 de março de 2021.....	78
Imagem 21	Gráfico 2: Aplicativos mais usados pelos jornalistas.....	81

SUMÁRIO

	APRESENTAÇÃO.....	9
	INTRODUÇÃO.....	10
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
2.1	As teorias do jornalismo.....	14
3	O JORNALISMO CULTURAL.....	22
3.1	Os suplementos culturais.....	24
3.2	Caderno b: pioneirismo e excelência.....	25
3.3	O segundo caderno de o globo: histórico.....	30
4	SOBRE OS VALORES-NOTÍCIA E O INFOTAINMENT.....	35
5	TRANSFORMAÇÕES NO MUNDO DO TRABALHO: AS PLATAFORMAS DIGITAIS.....	53
6	METODOLOGIA.....	56
7	ANÁLISE DOS VALORES-NOTÍCIA EM MATÉRIAS DO SEGUNDO CADERNO DE O GLOBO.....	60
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
	REFERÊNCIAS.....	84

APRESENTAÇÃO

Enfatiza-se neste trabalho a relevância de identificar como operam os valores-notícia e quais sentidos adquirem na prática do jornalismo cultural do suplemento Segundo Caderno, da versão impressa do jornal *O Globo*. O processo que envolveu o período de estudos foi prejudicado pelo período da pandemia da Covid-19 - meus estudos no mestrado atravessaram os anos de 2021 e 2022, no qual o ensino remoto, à distância, impediu e dificultou a relação com discentes e professores.

O tema deste trabalho é o jornalismo cultural, especializado nas notícias de cultura produzidas para um jornal impresso diário. O interesse na área vem desde antes de ingressar na vida acadêmica: assuntos e notícias relacionados a artes e cultura inspirou escritos sobre o tema, principalmente sobre assuntos relacionados a cinema, música e literatura.

A opção de analisar um suplemento de cultura como objeto de estudo, aqui o Segundo Caderno de *O Globo*, se deu pela ênfase na cobertura dos assuntos relacionados à pandemia de Covid-19 durante o período entre março de 2020 e março de 2021, com pautas relacionadas à restrição imposta à cobertura do setor, devido principalmente ao esvaziamento dos espaços culturais e à utilização do trabalho remoto para a cobertura jornalística. O Segundo Caderno enfrentou os desafios impostos aos jornalistas da área de cultura e aos profissionais do setor cultural.

Enfrentar esses desafios mostrou a necessidade de estabelecer uma nova rotina produtiva dos jornalistas frente a uma situação excepcional, a pandemia da Covid-19, que inspirou e motivou a realização desta pesquisa de mestrado.

1. INTRODUÇÃO

Matéria-prima do processo jornalístico e do trabalho do profissional da área de informação, a notícia e o processo de noticiabilidade são influenciados por diversos fatores. Ao selecionar e escolher o que será notícia, o jornalista exerce um papel determinante na sociedade. Em um cenário onde as novas tecnologias de comunicação ampliaram o acesso à informação, o dever de informar do jornalista se torna cada vez mais desafiador, dado o compromisso do profissional de comunicação com a verdade e com a função social da notícia. Conforme atesta Bucci (2000), “ao jornalismo cabe perseguir a verdade dos fatos para bem informar o público, o jornalismo cumpre uma função social antes de ser um negócio, a objetividade e o equilíbrio são valores que alicerçam uma boa reportagem” (p. 30). Além disso,

O poder do jornalismo e dos jornalistas aponta para a importância das suas responsabilidades sociais. A afirmação do reconhecimento das suas responsabilidades, por parte dos jornalistas e também por parte das empresas jornalísticas, não é possível reduzindo as notícias a uma simples mercadoria, e ignorando a existência dos ideais mais nobres do jornalismo, que fornecem uma manta de legitimidade ao negócio. (TRAQUINA, 2005, p. 207-208).

Traquina (2001) argumenta ainda que, com o desenvolvimento do direito à informação numa democracia, o jornalista foi reconhecido como sendo o agente social que possui a missão de informar o público. Com essa legitimidade social, o jornalista é apresentado como “guardião da democracia”. Reginato (2016), por sua vez, identifica a informação “como um processo qualificado, que deve cumprir certas exigências que distinguem informação de informação jornalística” (p. 2).

Informar de modo qualificado é desafio cada vez maior frente às “novas” maneiras de disseminar informação. *Facebook, YouTube, Twitter e Instagram*, entre outras plataformas, possibilitaram a produção e a divulgação de conteúdo noticioso. E diante de um período excepcional, como foi o da pandemia da Covid-19 (2020-2022), o papel do jornalista na sociedade agregou outras particularidades, dada a importância de disseminar informação de qualidade durante a pandemia com os limites impostos pelo isolamento. Neste momento em que a procura por informação de qualidade – investigada e checada – se mostra importante e fundamental, a desinformação (notícias falsas) representa forte obstáculo ao chamado “velho e bom jornalismo”, que sempre seguiu como meta o dever de informar com isenção e imparcialidade.

Assim, uma prioridade desta dissertação será analisar as reportagens de capa do suplemento cultural *Segundo Caderno* e os valores-notícia por elas enfatizados; nesse interim, obter depoimentos de jornalistas da área de cultura de *O Globo* sobre as rotinas produtivas de um jornal diário será um diferencial deste trabalho. O trabalho explora os fatores que estabelecem os critérios de noticiabilidade, ou seja, os requisitos para que um fato seja considerado notícia. Serão consideradas as matérias publicadas no suplemento cultural do jornal *O Globo* que fazem referência à pandemia da Covid-19 e que, de alguma forma, alteraram a rotina de trabalho de seus profissionais.

O tema geral da dissertação refere-se ao jornalismo impresso e, de modo mais específico, à mudança dos paradigmas na forma como o jornalismo cultural busca e produz informação de qualidade em um contexto com limitações impostas por um problema de saúde em nível mundial. Determinados critérios de noticiabilidade, como ineditismo, imediatismo e impacto público dos envolvidos estarão em evidência nas análises das reportagens.

Além de identificar as características de enquadramento presentes nas matérias, objetiva-se também expor a temática do jornalismo cultural na contemporaneidade. As formas como a informação foi divulgada pelos meios de comunicação de massa durante todo o último século se caracterizam pela cada vez menor distinção entre produtores e receptores de informação.

A pragmática da comunicação, que defende que o emissor é valorizado como produtor de informação, e o receptor como um ser passivo, agora é vista levando-se em consideração uma nova lógica em que ambos os atores passam a exercer papéis de protagonismo no cenário social.

Para o jornalista, entender esse novo consumidor da informação significa reconfigurar modelos, significa utilizar as possibilidades das novas mídias para a emissão e para a recepção, tendo em vista a crescente participação dos cidadãos nas decisões, principalmente nos países latino-americanos, cujo processo democrático ainda é recente (ANTONIOLI, 2013, p.1)

O interesse desta dissertação passa pelos processos de produção dos que envolvem a rotina dos jornalistas e seus mecanismos de trabalho à luz das teorias de comunicação e do jornalismo, especificamente durante a pandemia da Covid-19. Dentro do contexto socioeconômico atual, e frente a uma situação na qual a utilização das plataformas digitais torna-se um artifício de valor cada vez mais frequente, é válido analisar se o trabalho de apuração com a utilização das novas plataformas e

aplicativos, fundamentais durante o período da pandemia, atende a rotina dos jornalistas no contato diário com as fontes.

Shows cancelados, feiras literárias adiadas, turnês e apresentações de bandas e milhares de salas de cinemas fechadas são alguns dos principais efeitos da epidemia da COVID-19 na área de cultura no mundo. Com a programação cultural sendo afetada em larga escala, tornou-se natural que a rotina dos profissionais de comunicação fosse alterada de maneira significativa.

Um novo mosaico de produtos culturais “gerados” na quarentena tenta se impor como regra, com artistas interagindo pela internet e o público tendo como optar por acompanhá-los de dentro de suas casas, limitados geograficamente por uma condição de isolamento. Diante do problema, esta situação terá argumentos para se prolongar? Sem o contato físico, a tecnologia mostrou que seria possível criar e explorar diferentes formas de interação com a cultura.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para alcançarmos um dos objetivos principais desta pesquisa, identificar os valores- notícia empregados pelo suplemento cultural do jornal *O Globo* em suas práticas cotidianas durante a pandemia, faz-se necessária uma abordagem dos princípios e das teorias do jornalismo e da notícia. Teorias como a do *Gatekeeping* e a Teoria Organizacional, além dos estudos sobre os valores-notícia e seus critérios de noticiabilidade, sugerem que as notícias são resultantes de um processo de construção que foram sendo edificadas desde o final da década de 1970 (TUCHMAN, 1978).

Com base nos estudos da socióloga Gaye Tuchman (1978), Traquina (2008) lembra que a teoria interacionista, também conhecida como etnoconstrucionista, “encara o processo de produção das notícias como interativo, em que diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de negociação constante”. Diante do processo de percepção e transformação de acontecimentos em notícia, os jornalistas são considerados participantes ativos da construção da realidade. Nesse contexto, o valor dos jornalistas é o de “definidores primários” (Hall, 1978), ainda que admitida a possibilidade de outros agentes sociais mobilizarem o campo jornalístico em prol de seus objetivos comunicacionais.

Elaborado por Bergman e Luckmann (1966), o conceito de construção social da realidade ganhou outros contornos ao ser utilizado como parâmetro para as teorias da notícia. Tuchman (1978) defende que a notícia não espelha a realidade, mas ajuda a constitui-la como um fenômeno social compartilhado, uma vez que no processo de construção de um acontecimento a notícia define

e dá forma ao mesmo, entendendo que “a notícia está permanentemente definindo e redefinindo, constituindo e reconstituindo fenômenos sociais” (p. 197-198).

Sousa (1997, 2000), por sua vez, dialoga com Traquina e sua visão construcionista ao defender que “as notícias são uma construção e, portanto, não são, nem poderiam ser, espelhos das realidades a que se referem” (p. 238). Júnior (2011) se apropria do conceito de construção social da realidade para afirmar que “o paradigma da notícia como construção social traz o pressuposto de que a notícia não apenas apresenta o acontecimento a que se remete, mas também o constrói, e, assim, participa do processo de instituição da realidade” (p. 36).

Autores que explicam a noticiabilidade como elemento da cultura profissional, incluindo comportamentos do profissional e da organização do trabalho, também são explorados neste trabalho. A visão de Traquina (2013) sobre o que chama de “tribo jornalística” também fundamenta esta pesquisa porque, como diz o autor, “antropologicamente falando, a comunidade jornalística é uma tribo, e as características e a ideologia dessa tribo são um fator crucial na elaboração do produto jornalístico” (p. 126).

Geso Júnior (2006) amplia essa percepção ao considerar que, “vistos como uma comunidade profissional, os jornalistas figuram como importantes agentes no processo de interação social da qual as notícias são resultados”. O autor reitera que não é possível compreender teoricamente as notícias sem uma compreensão da identidade e “da cultura dos profissionais do campo jornalístico” (p.38). Wolf (*apud* Magistretti, 1987, p. 200) afirma que “o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações (...) realizadas pelos jornalistas em função de fatores com diferentes graus de importância e rigidez, e ocorrem em momentos diversos do processo de produção”. Desse modo, justifica-se a utilização da teoria do *Newsmaking*, cuja base é o paradigma da construção social da realidade.

2.1. AS TEORIAS DO JORNALISMO

As Teorias do Jornalismo consistem em um conjunto de sistematizações teórico- metodológicas a examinarem os fatores atinentes à produção, à distribuição, ao consumo e aos efeitos das notícias (MARQUES, MIOLA, SIEBRA, 2014). Apresentaremos algumas dentre as principais Teorias do Jornalismo que surgiram nos últimos anos de modo a ilustrar sua importância e como uma delas pode servir para embasar as análises e resultados deste estudo. Neste trabalho, duas teorias se destacam: o *Newsmaking* e a Teoria Organizacional.

- **O *Newsmaking***

O mercado do jornalismo profissional do século XXI exige um indivíduo com múltiplas habilidades – produtor, repórter, apresentador, produtor de conteúdo digital, curador da informação, entre outras, - que está diante de um público-alvo mais exigente e com capacidade de interação, e com ritmo e estilo de trabalho cada vez mais

intenso e, ao mesmo tempo, mais fracionado. Envolvido em sua produção noticiosa, o jornalista é um dos artífices do processo de transformação dos fatos em notícia, produção essa que se alterou profundamente com a chegada da internet, o que promoveu a convergência entre diferentes tipos de mídia.

Indo além da complexa tarefa que envolve a produção da notícia, o *Newsmaking* abrangeas preocupações com o perfil e a rotina do profissional da área de comunicação. Diferente da Teoria do Espelho, O *Newsmaking* defende a existência da influência do jornalista ou da mídia que a divulga, em sua produção (TRAQUINA, 2012).

A teoria do *Newsmaking* pressupõe que as notícias cumprem uma rigorosa rotina industrial determinada pelos veículos de comunicação por causa da quantidade excessiva de fatos presentes no cotidiano. Acrescenta também que é necessário manter a organização do trabalho jornalístico no sentido de acelerar a produção das notícias.” (CATANHEDE; ZANFORLIN, 2020).

Tuchman, 1978 (*apud* Pena, 2015, p. 129) recupera as três obrigações que dizem respeito aos processos organizacionais que as empresas jornalísticas observam para que uma notícia seja publicada:

• Tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável.
• Elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham a pretensão de dar a cada fato ocorrido um tratamento idiossincrático.
• Organizar temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada.

Fonte: Tuchman, 1978, *apud* Pena, 2015.

Tuchman (1978) considera que como as notícias “conferem o caráter público dos acontecimentos”, elas são acima de tudo “uma instituição social”:

Em primeiro lugar, as notícias são uma forma de fazer com que a informação esteja disponível aos consumidores; (...) em segundo lugar, as notícias são aliadas das instituições legitimadas; (...) em terceiro lugar, as notícias são localizadas, coletadas e disseminadas por profissionais que trabalham em organizações (TUCHMAN, 1978, p. 4 [tradução livre]).

A teoria do *Newsmaking* mostra, então, que a notícia se difunde e está intimamente relacionada com a cultura profissional dos jornalistas nas redações. Assim, a seleção dos fatos a serem publicados está geralmente vinculada a interesses dos grupos e empresas de mídia e, em menor grau, aos interesses dos jornalistas. Dessa forma, os critérios de noticiabilidade cristalizam-se na cultura jornalística, e a sua aplicação depende do consenso possível entre jornalistas e a organização jornalística, de acordo com uma hierarquia na qual aqueles que possuem mais poder impõem a sua opinião.

- **A Teoria Organizacional**

Os princípios que marcam a Teoria Organizacional datam da década de 1950 e Warren Breed (1993) foi um dos autores pioneiros. No jornalismo, os primeiros estudos se basearam na investigação da influência dos fatores organizacionais sobre o processo de elaboração da notícia. Segundo Nelson Traquina (2005, p. 152), “Breed insere o jornalista no seu contexto mais imediato, a organização para a qual trabalha”. Assim, a adesão dos jornalistas às políticas editoriais das organizações jornalísticas, que caracterizaria o conformismo, pode ser explicada por um conjunto de fatores:

- A autoridade institucional e as sanções que os profissionais podem sofrer caso não ajam de acordo com as regras da empresa. O conformismo com a política editorial seria justificado pelo receio dos jornalistas, sobretudo os mais jovens, de contrariar seus superiores, o que prejudicaria uma carreira ainda em construção (BREED, 1993).
- O conformismo dos jornalistas seria também fruto “[d]os sentimentos de obrigação e [de]estima para com os superiores” (TRAQUINA, 2005, p. 154).
- A ideia de “vestir a camisa da empresa” (ou mesmo encarnar a ideia de “família” que determinadas chefias de redação querem plantar) pode fazer com que os profissionais sintam uma obrigação em relação a seus pares (BUCCI, 2000).
- A expectativa de ascensão profissional, o que incentivaria profissionais a se mostrarem afinados com a linha editorial dos veículos (MARQUES, MIOLA,

SIEBRA, 2015).

- O ritmo acelerado de produção da notícia submete os profissionais à situação de estarem a todo momento em busca de uma nova notícia, de um furo de reportagem (MARQUES, MIOLA, SIEBRA, 2015).

Sobre o conformismo do profissional, vale destacar que:

O jornalista se conforma com a política editorial porque reconhece o grau de superioridade dos veteranos na empresa, quando estes, por exemplo, determinam a distribuição de tarefas e pautas, escalam qual jornalista cobrirá que evento e indicam qual estrutura estará disponível para a tarefa. São também os agentes mais experientes aqueles responsáveis por editar o texto produzido pelos repórteres, por decidir pela publicação da autoria da matéria, bem como por sentenciar em que local (e com que prioridade) o conteúdo será veiculado” (MARQUES, MIOLA, SIEBRA, 2015, p. 158).

Marcondes Filho (2009, p. 97) acrescenta que o jornal apresenta um “duplo caráter” por ser concomitantemente portador de informação e publicidade, porque “na produção da notícia, no tratamento dos acontecimentos, o que se vende é a aparência do valor de uso. A manchete, o destaque, a atratividade são chamariz da mercadoria jornal” (Id., p. 102). Tal situação também é abordada por Nelson Traquina.

O jornalismo é também um negócio. Todas as empresas jornalísticas enfrentam, mais cedo ou mais tarde, a tirania do balanço econômico final, ou seja, a comparação entre os custos e as receitas. (...) Assim, o espaço disponível para informação, ou seja, o espaço destinado para as notícias é, antes de mais nada, determinado pela publicidade (TRAQUINA, 2001, p. 158).

A Teoria Organizacional, em suma, propõe que as notícias sejam interpretadas como resultado de um processo que caracteriza uma organização jornalística. O repórter sabe que seu trabalho está associado à posição hierárquica dos seus superiores, e que está submetido ao tipo de organização e às regras da empresa que condicionam a autonomia do jornalista para tomar decisões no cotidiano da profissão e da rotina profissional.

- **Os condicionantes organizacionais**

De modo geral, as empresas privadas jornalísticas consideram o jornalismo um negócio. A venda dos espaços de publicidade constitui sua principal fonte de receita e

pode intervir na produção do produto jornalístico. A Teoria Organizacional relaciona a notícia com um produto à venda, conforme as leis de mercado, e as normas da empresa se impõem aos valores individuais dos jornalistas. Sob esse aspecto, o fator econômico é determinante para a construção da notícia. Em relação ao jornalismo cultural,

(...) pode-se verificar investidas da lógica mercadológica, assim como da influência dos agentes e instituições do campo de produção cultural. Por conseguir através da linguagem objetiva se aproximar do grande público, o jornalismo cultural se torna um espaço interessante para produtores e comerciantes de bens simbólicos que almejam a visibilidade proporcionada pela mídia. Sendo um mecanismo de divulgação notório e consideravelmente influente para o sucesso de um bem simbólico, o jornalismo cultural adquire destaque nesta esfera cultural, pois pode operar o fortalecimento de uma tradição ou revelar novos rumos, valendo-se de julgamentos que legitimam ou não determinadas obras e artistas. Tal processo o posiciona como intermediário na consagração de agentes e instituições (GESO, JUNIOR, 2006, p. 59).

Entre as principais percepções dos teóricos do jornalismo, a Teoria Organizacional defende que a estrutura da empresa jornalística influencia ações e decisões dos jornalistas no processo de seleção e apuração das notícias.

O jornalismo, desde o ideal ilustrado de sua gênese até a exacerbação do tempo do produto e do consumo, funciona como fator dinâmico e decisivo para a visibilidade da produção cultural. [...] as escolhas jornalísticas são pautadas por questões mercadológicas, pela legitimidade e pelo cânone produzido no próprio campo de produção cultural. Somam-se a isso princípios intrínsecos ao jornalismo, como atualidade e notoriedade, além das estratégias de construção editorial dos relatos, como a personalização ou a visualidade. Logo, a percepção da relevância de determinados critérios que dão coerência aos relatos e às edições constitui uma perspectiva para desvendar os eixos com que o discurso jornalístico, transitando entre as funções informativas e de publicidade, entre o poder de dizer ou excluir, configura o retrato do campo de produção cultural (GOLIN, CARDOSO, 2010, p. 200).

Diferentemente da Teoria do Espelho, que defende que as notícias são um espelho da realidade, a Teoria Organizacional entende que para seguir a linha editorial da empresa o jornalista pode dar mais visibilidade ao que é importante para o meio onde trabalha e se conformar com as regras e as normas editoriais da organização. Tuchman (1978), porém, argumenta que “os repórteres desenvolveram um código complexo que pode contrariar os preceitos organizacionais”[tradução livre]:

Se os repórteres fossem meros funcionários burocráticos que operam de acordo com as regras e necessidades de sua organização, seria de se esperar que eles guardassem informações de repórteres que trabalham para a mídia concorrente e as compartilhassem com todos os repórteres de sua própria empresa. Em vez disso, exercendo sua autonomia, eles podem compartilhar com os concorrentes e acumular informações de outros departamentos de sua própria organização (TUCHMAN, 1978, p. 74 [tradução livre]).

Já a Teoria do Espelho, que entende a atividade jornalística como reflexo da realidade, pode ser considerada “a mais antiga tentativa de explicar os processos que envolvem a profissão” de jornalista (CORRÊA, 2016). Para Nelson Traquina (2002), o jornalista deveria se portar como um mediador desinteressado e neutro. Como um espelho da realidade, a teoria pressupõe que as notícias são o que a realidade assim determina. Apesar de ser a teoria mais frequente nos estudos jornalísticos ocidentais, passou a ser criticada a partir dos anos 1950 pelos estudiosos da Teoria do *Gatekeeping*. Pena (2015), por exemplo, afirma que “essa argumentação de linguagem neutra é impossível, pois não há como transmitir o significado dos acontecimentos sem mediação. Além disso, as notícias ajudam a construir a própria realidade no interior de suas rotinas produtivas e dos limites dos próprios veículos de informação” (PENA, 2015, p. 128). Victor Gentili (2005) também considera que o jornalista é mediador ativo, pois manipula o conteúdo das notícias

quando faz suas escolhas previamente, a filtragem e os julgamentos. Assim, portanto, não poderiaser espelho de algo não manipulável.

O jornalista e suas relações: *Gatekeeping* e *Gatewatching*

Surgida nos Estados Unidos nos anos 1950, o *Gatekeeping* ganhou força no jornalismo apartir dos estudos do pesquisador David Manning White, que investigou o surgimento dos critérios de noticiabilidade e como as notícias eram selecionadas para publicação. Nessa teoria, as notícias precisam passar pelos “gates” (“porteiros”) durante o processo de produção da informação” antes de serem publicadas. Os responsáveis pela seleção eram os editores e jornalistas em outras funções hierárquicas na redação em condições de filtrar as notícias e selecionar o que seria publicado ou não, atuando no processo decisório de produção e atendendo o caráter subjetivo de seleção e hierarquização de notícias.

Existem várias forças que determinam se o evento irá se tornar notícia ou permanecer apenas como uma das milhões de ocorrências diárias despercebidas pelo público em geral. Porque as forças podem variar em intensidade e direção: o conjunto de forças em torno de um veículo de notícias forma um ambiente, com forças positivas e negativas, que tem igual intensidade acabam se anulando (SHOEMAKER *et al.*, 2001, p. 240).

Com o impacto gerado pelas notícias publicadas por meios de comunicação nos seus sites digitais, o *Gatewatching* surge em 2005, criado por Axel Bruns. Acontece praticamente em temporeal e o cidadão comum, representado pelo internauta, que tem participação mais ativa, agindo muitas vezes não apenas como replicador da informação: o leitor adquiriu a função de produtor e emissor de informação. Assim, o espaço, que antes era limitado, passa a ter a participação de qualquer internauta na escrita das notícias. O conceito de *gatewatching* surgiu paralelamente à revolução tecnológica trazida pela internet e está vinculado a comunidades que compartilham os mesmos temas, aumentando a participação do usuário: “neste processo de observação dos acontecimentos e o usuário passou a ser mais participativo” (BANCO DE CONCEITOS – USP, 2013).

As próprias fontes desempenham papel fundamental nesse processo. Elas são mais que detentoras das informações, pois se tornaram produtoras competentes dos acontecimentos e saberes que interessam aos jornalistas. Portanto, o modelo vertical da comunicação entre emissor – veículo – receptor foi alterado para uma relação horizontal e dialógica em mão dupla,

em que o receptor é também um sujeito de sentidos. E, como um sujeito de sentidos, ganha a condição de produtor que, com o suporte da tecnologia e domínio da linguagem, agora se inseriu no espaço que antes era ocupado somente pelo jornalista (MORAES JUNIOR, ANTONIOLI, p. 45, 2006).

Caso não se encaixe nos critérios de noticiabilidade, um fato pode ser excluído da lista de notícias “publicáveis”. A seleção das notícias evoluiu assim para um conjunto de decisões e de escolhas fundamentadas em conceitos jornalísticos que transformaram a matéria-prima do acontecimento em um produto final (o relato jornalístico) complexo, repleto de informações, esmiuçadas em múltiplas vertentes capazes de oferecer ângulos diversos ao consumidor (leitor, ouvinte, telespectador ou internauta).

3. O JORNALISMO CULTURAL

Por muitas vezes considerado como um espaço público de produção intelectual, o jornalismo cultural pode ser definido como “produção noticiosa e analítica referente a eventos de natureza artística e editorial pautados por seções, suplementos e revistas especializadas nessa área.” O conceito de “cultura”, portanto, é o conceito genérico usualmente adotado na esfera da produção jornalística e inclui o “acompanhamento que essa produção faz em torno das tendências interpretadoras que se apresentam na mídia pelo processo de legitimação pública conferida por seu vínculo com problemas emergentes da sociedade contemporânea” (FARO, 2012, p.145).

Como uma especialidade do jornalismo, o jornalismo cultural se destaca no fim do século XVII, conforme defendem os historiadores Peter Burke e Asa Briggs (2004). Os primeiros impressos que trazem a cobertura das obras culturais datam de 1665 e 1684 e são representados pelos jornais *The Transactions of the Royal Society of London* e *News of Republic of Letters* (Melo, 2007), respectivamente, que foram pioneiros na cobertura de obras literárias e artísticas. De acordo com Piza (2004),

Um marco dos princípios do jornalismo cultural, não uma data inicial, é 1711. Foi nesse ano que dois ensaístas ingleses, Richard Steele (1672-1729) e Joseph Addison (172- 1719), fundaram uma revista diária chamada *Spectator*. Steele já criara, alguns anos antes, *The Tatler*, tendo depois Addison como colaborador e, mais tarde fariam outras publicações, como *The Guardian*. Os dois decidiram lançar a *Spectator* com a seguinte finalidade: “Tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades, e levar para clubes e assembleias, casas de chá e cafés”. E assim seria (PIZA, 2004, p. 11).

The Spectator publicou um total de 635 edições entre março de 1711 e dezembro de 1714e, de acordo com SILVA, 2021:

Addison e Steele, todavia, desenvolveram a forma do ensaio periodístico, legando à posteridade um reconhecido monumento da prosa inglesa, muitas vezes republicado em edições integrais ou antológicas. No plano dos conteúdos, mais do que informar os leitores acerca dos acontecimentos da atualidade, cuidaram de lhes formar o caráter, a conduta e o gosto (SILVA, 2021, p.14)

Rigo (2019) afirma ainda que “*The Spectator* é associado, primeiro, ao surgimento dos grandes centros urbanos, mas também se inclui neste movimento de provocação de discussões e reflexões em torno da circulação de obras artísticas e filosóficas, por meio de ensaios e resenhas”(p.19). A revista *The Spectator*

(...) falava de tudo – livros, óperas, costumes, festivais de música e teatro, política – num tom de conversação espirituosa, culta sem ser formal, reflexiva sem ser inacessível, apostando num fraseado charmoso e irônico que faria o futuro grão-mestre da crítica, Samuel Johnson, sentenciar: “Quem quiser atingir um estilo inglês deve dedicar seus dias e suas noites a ler esses volumes”. Podia tratar dos novos hábitos vistos numa casa de café, como temas em discussão e roupas na moda, ou então criticar o culto às óperas italianas e o casamento em idade precoce. Podia citar Xenofonte para satirizar a falta de modéstia dos ingleses e Dom Quixote para atacar a mania de ridicularizar o outro por meio de risadas (PIZA, 2004, p.12).

Assim, observamos que uma das primeiras áreas a ocupar o espaço oferecido pelo jornalismo cultural é a literatura: se notabilizou pela presença de críticos literários e ocupou seus espaços com rodapés, folhetins e crônicas, para posteriormente se consolidar, no século XX, como cadernos de cultura. No Brasil, os folhetins surgiram em meados do século XIX e misturavam crítica literária com a publicação de romances em capítulos. A presença de escritores ficou cada vez mais frequentes nos periódicos. Gêneros como o folhetim e a crônica foram constantes nos jornais na virada entre os séculos XIX e XX.

Até então, os jornais traziam pouco noticiário, com mínimo enfoque aos relatos dos fatos para a construção das notícias. No Brasil, o pioneirismo do jornalismo cultural se deu com os escritores Machado de Assis, “que começou a carreira como crítico de teatro e polemista literário, escrevendo ensaios seminais e resenhando controversamente os escritos de Eça de Queiroz” (TSUTSUI, 2006, p. 45) e José Veríssimo. Ganha destaque em 1928, com a criação da revista *O Cruzeiro*.

Em 1928 surgiu uma publicação moderna (da qual Mario de Andrade foi colaborador) que nenhuma história do jornalismo cultural pode deixar de citar: a revista *O Cruzeiro*. Embora haja muita polêmica sobre os números - sua tiragem teria chegado a 700 mil exemplares (...) o fato é que a revista marcou época, lançou o conceito de reportagem investigativa e deu enormes contribuições à cultura brasileira ao publicar contos de José Lins do Rego e Marques Rebelo, artigos de Vinícius de Moraes e Manuel Bandeira, ilustrações de Anita Malfatti e Di Cavalcanti, colunas de José Candido de Carvalho e Rachel de Queiroz, além do humor de Péricles (O Amigo da Onça) e Vão Gogo (vulgo Millôr Fernandes) (PIZA, 2004, p. 33).

No final do século XIX, as revistas também exerceram papel fundamental para a permanência e o desenvolvimento do jornalismo cultural e passaram a priorizar a publicação de ensaios, críticas, resenhas, reportagens, perfis e entrevistas, entre outros. Lançada em 10 de novembro, *O Cruzeiro* circulou até 1975 e foi uma das principais revistas a nível nacional do século XX, pioneira no fotojornalismo e nas grandes reportagens.

3.1 Os suplementos culturais

Na tradição dos cadernos culturais, Isabel Mauad (1996) aponta a *Gazeta de Notícias* como a grande precursora dos suplementos brasileiros a partir dos anos 1930. Mas, desde 1907, a Gazeta lançaria aos domingos uma espécie de precursor dos suplementos culturais das décadas seguintes: um suplemento em formato tabloide, com oito páginas, duas delas ocupadas por contos de escritores. O *Jornal do Commercio* também apresentou em suas páginas as seções literárias, “que também devem ser consideradas precursoras dos suplementos literários que tomaram impulso nos anos 30 e 40” (LIMA, 2006). A pletora de suplementos literários nos anos 1930 está ligada à importância da literatura como fonte de informação e reflexão. “Profissionais de todas as áreas se dedicavam às letras, e a literatura impregnava o jornalismo. Tanto que posteriormente, teria que se desprender em um jornal em separado” (MAUAD, 1996, p. 62).

A emergência de cadernos culturais a partir dos anos 1960 ganhou força com a predominância dos suplementos. Desde os anos 1950, os periódicos organizaram-se em cadernos com notícias sobre determinados aspectos da sociedade, como política, economia e cultura. Devido ao alto custo de produção, inicialmente os jornais tinham no máximo dois tomos, e os encartes eram exceção, especialmente pelo alto custo. Apenas com as transformações no processo industrial é que passou a ser possível produzir o jornal em partes independentes e priorizar edições cada vez maiores. Assim, na segunda metade do século XX é que se verifica no Brasil o “sucessivo fortalecimento da produção cotidiana dos cadernos culturais pelos principais diários brasileiros” (GADINI, 2009, p. 26).

Reconhecido por especialistas como espaço da experimentação gráfica, os suplementos e cadernos culturais dos veículos impressos sempre representaram o espaço da ousadia gráfica e da experimentação da linguagem.

Ao priorizar o estudo de suplementos de jornais especializados em cultura, esta pesquisa propõe um aprofundamento das coberturas dos eventos culturais pelo meio jornal, o que ajudaria a identificar os valores culturais presentes em uma sociedade cada vez mais plural. Cabe também validar o papel do jornalista da área de cultura, cujo objetivo é dar mais subsídios para que o seu público leitor esteja bem-informado.

3.2. *Caderno B*: Pioneirismo e Excelência

Criado em setembro de 1960, o suplemento cultural do Jornal do Brasil, denominado *Caderno B*, surgiu em meio a um momento de segurança econômica da organização: o investimento em novo maquinário, nas décadas de 50 e 60, foram fundamentais para viabilizar suas edições e novos suplementos. “Sem o investimento, possivelmente o *JB* não teria sido um dos precursores da experimentação e renovação gráfica e textual de seus três cadernos diários (...) o *Caderno B* conseguiu repercussão nacional, obrigando, por questões de mercado, outros veículos a criarem cadernos similares. Ao mesmo tempo, mostrou estar afinado com o comportamento e cultura cariocas, especialmente da Zona Sul” (LIMA, 2006, p.9).

A criação do *Caderno B* foi vista como um espaço de novas diagramações e linguagens, “experimento que vingou, pois logo outros periódicos, como *Correio da Manhã*, *Tribuna da Imprensa*, *Diário de Notícias*, também reestruturaram seus segundos cadernos tomando o do Jornal do Brasil como modelo (LIMA, 2006, p. 17).

Os primeiros anos de publicação comprovam o quanto a organização do *Caderno B* está intimamente relacionada não só a essas inovações presentes na trajetória do jornal, mas também às mudanças do contexto brasileiro, principalmente as culturais vividas na cidade do Rio de Janeiro: matérias exaltam os tempos de entusiasmo pelo prometido avanço econômico do país, quando torna-se possível a destinação de uma seção diária na imprensa brasileira ao lazer e a críticas a produções artísticas (LIMA, 2006, p. 32).

Capa do Caderno B de 6 de janeiro de 1961.



Fonte: Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Capa do Caderno B de 3 de novembro de 1972.



Fonte: Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Nos primeiros 30 anos do Caderno B nenhum outro suplemento cultural apresentou a qualidade e o apurmo editorial do B, que publicou matérias pouco convencionais e apostou nos modismos, opiniões e comportamentos diferenciados em comparação a outros suplementos de cultura. Apostou na leveza, na agilidade e com nomes de relevo no jornalismo e no colunismo brasileiros. Segundo Lima,

Na vanguarda da trajetória dos segundos tomos, durante quatro décadas de existência, a permanência até nossos dias do Caderno B assegura que essa foi uma mudança significativa da reforma gráfica e editorial do Jornal do Brasil e da imprensa brasileira em geral. Atualmente, os principais jornais têm seus cadernos de cultura que prestam principalmente o serviço que o B sempre forneceu: o de informar sobre espetáculos, filmes, últimos lançamentos de livros e músicas (...) nenhum destes (suplementos de outros jornais) apresentou a extensão editorial do caderno do Jornal do Brasil. No período em foco, o B foi aquele que serviu de modelo para a imprensa brasileira e que ampliou ao máximo os limites de sua pauta, cobrindo acontecimentos os mais variados da cidade do Rio de Janeiro, inclusive policiais, e informações as mais diversas sobre tendências mundiais de moda e eventos culturais de ampla extensão (LIMA, 2006, p.32).

Capa do Caderno B em 1 de dezembro de 1999.



Fonte: Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

Capa do Caderno B em 28 de janeiro de 1980.



Fonte: Hemeroteca Digital da Fundação Biblioteca Nacional

3.3 O Segundo Caderno do Jornal O Globo – Histórico

A primeira edição do suplemento *Segundo Caderno* foi publicada em 29 de junho de 1984. Em formato tabloide, a edição tinha oito páginas e ilustrou em sua capa uma resenha crítica sobre o filme “E La Nave Va”, do diretor italiano Federico Fellini. que entrou em cartaz nos cinemas do Rio de Janeiro no mesmo mês. O suplemento seguiu o padrão jornalístico de outras publicações da época, com chamadas na capa, fotografias em preto e branco e o texto dividido em colunas. A segunda página é dedicada à coluna social, com destaque para o nome do jornalista Ibrahim Sued, com informações sobre personalidades famosas da sociedade brasileira.

Capa do Segundo Caderno de 29 de junho de 1984



Fonte: Acervo Jornal O Globo

Na página 3, trouxe uma entrevista com o produtor musical Guilherme Araújo tratando de eventos culturais na cidade (em evidência na época as festas juninas); na

parte inferior da página, uma matéria citava um espetáculo de balé no Teatro Municipal, sobressaindo a imagem da bailarina Nora Esteves, à época primeira bailarina da instituição. A página 4 da edição priorizou a crítica de cinema, com a programação dos filmes em cartaz (o famoso espaço “O bonequinho viu”, com a resenha de Flavio Manso Vieira sobre o filme “A Maldição da Pantera Cor de Rosa”, dirigido por Blake Edwards e protagonizado por Roger Moore).

Na página 5, o foco está na programação e agenda musical, com destaque para o show do baterista Milton Banana, que se apresenta com seu grupo no People, boate referência na década de 1980 no Rio. A página 6 divide os assuntos programação de teatro e destaques na TV, e destaca seções como palavras-cruzadas e horóscopo. A página 7 é destinada às tiras com histórias em quadrinhos; e na página 8 o destaque é a programação do dia nas emissoras de televisão.

Uma exceção foi O Globo, em que, embora desde os primeiros números houvesse notícias e serviços relacionados à cultura, apenas em 1984 o Segundo Caderno passa a ser um caderno exclusivamente cultural. O jornal publicava colunas sociais, crônicas, críticas e o roteiro de artes e espetáculos (como O RioShow desde 1974), mas o que chamava de Segundo Caderno era até então um segundo tomo, mera continuação do primeiro caderno, com as notícias que não cabiam neste, entre elas culturais, assim como econômicas, internacionais, esportivas etc. (JACOME; VIEIRA, 2019, p.32)

Em meados da década de 1990, as mudanças visuais no caderno foram marcantes: capas com fotos maiores e com maior qualidade de impressão, quantidade reduzida de texto e foco nas manchetes com frases curtas e de impacto.



Todos os dias com ela

A cena deixou muito mais ajeitada a palhaçada. A moça morreu, com uma franja muito retró e uma blunhina branca, escute o som vindo do *headphone* do rapaz e revela que gosta de The Smiths. Frente à incredulidade dele, ela entoa um trecho de "There is a light that never goes out". "To die by your side is such a heavenly way to die", ela, melomane. O curto verso primeiro provou que a tal moça sabia cantar tanto quanto atuar. Depois, mostrou que já era hora de uma atriz e estrela da música independente americana ganhar o mundo. Acenda-se, então, a luz para a calbor-

Zooey foi a complicada musculosa do filme "500 dias com ela", de Marc Webb, uma comédia romântica em que ela canta *The Beatles*, dá um show com o guitarrista Peter Dinklage, Gordon-Levitt e ainda a platinou com o olhar hipnótico que pode ser visto acima. Mas isso foi num distante 2009. Hoje, é a faceta cantora de Zooey que tem se sobressaindo, em sua parceria com o violonista M. Ward, na banda *She & Him*. O segundo disco da dupla, simplesmente intitulado de "Volume 2", foi lançado no dia 1º de março. Na semana passada, chegou à sexta posição do ranking de mais vendidos da *Billboard* americana. Já entre os independentes, ele foi o primeiro colocado. Entre os de rock, de folk e alternativos, também.

— Eu fico feliz, mas sinceramente não me importo tanto com isso. Minha única preocupação é ser sincera, o mais verdadeira possível nas minhas músicas — contou Zoey, em entrevista por telefone ao GLOBO.

'Sou uma contadora de histórias'

★ No caso, não se pode confundir sinceridade com intimidade. Das 14 músicas do disco, que está em lançamento esta semana no Brasil pela Lab 344, 11 foram escritas pela própria. São canções que tratam de perdas amorosas ou de sentimentos nem sempre bem correspondidos: "Eu não preciso vê-lo todos os dias, mas só quero saber que você está lá", diz a letra de

— Eu não crenço, então feliz, não posso dizer que as coisas sobre as quais eu trato nas minhas músicas acontecem literalmente. São apenas histórias, sou uma contadora de histórias — afirma. — A inspiração vem de emoções, mas não necessariamente.

Volume two: Uma coleção

A gata canta quatro ou cinco

Carlos Albuquerque

CD
CRÍTICA

Depois de quatro e cinco audições seguidas de "Volume two" (Lab 344), algumas coisas saltam aos olhos.

vídeos. 1) Zoëzy Deschanel (She realmente carita bem e tem um voz delicada, mas não confunde te, marcante. 2) M. Ward (Him) um bom produtor, mas é acanhado demais. 3) As músicas da dupla She & Him não levam como um roupa para o verão. 4) O verão passou, aparentemente. 5) Este disco não tem muito futuro depois de quatro ou cinco audições.

O que dá um breve sopro de vida à dupla e ao disco, naturalmente, é Zoony, a bela de "(500) De com ela". Foi ela que convocou Ward — os dois se conheceram durante as filmagens de "The G-Getter" — para uma parceria, e depois que resolveu sair do sertão e assumir o seu lado casneiro.

Em troca, ela ofereceu sua voz e algumas boas letras (quase t

— Não se trata de prestar qualquer tipo de homenagem. O que acontece é que eu me sinto atraído por um tipo de melodia. Sei que parece uma coisa velha, mas não é necessariamente isso. Acho que o ma-

correto seria dizer que pagamos a inspiração de sons de que gostamos, mas sem nostalgia. No fundo, é uma música atual — explica.

entibir o suposto talento de Zooey, Ward encadeia lá no fundo a sua arquitetura musical de inspiração folk — ban-dolins, cordões, pianos, alguns tocados por músicos convidados — deixando a voz de

O resultado são músicas "folas", mas completamente esquecíveis (com as honrosas exce-

Independente de o tempo, a melódica cativante do She & He se tornaram sensação nos EUA. A banda tem shows marcados até agosto. Amanhã, eles tocam no festival Coachella, na Califórnia, antes de embarcar num breve tour pela Europa, onde têm apresentações agendadas para Barcelona (dia 2 de abril), Madrid (26), Paris (29), Berlim (30), entre outras cidades — por enquanto, ainda não há nada previsto para o Brasil.

ções de "Sing" e da etérea "If you can't sleep". Além do mais, a dupla sofre com um problema inevitável: as comparações.

Não há nada no She & Him que não tenha sido feito melhor por Camera Obscura, Belle & Se-

bastião, o genial Atlas Sound (de Bradford Cox) ou mesmo pela dupla Jay Farrar e Ben Gibbard (e sua recente trilha para o documentário "One last move or I'm gone", baseado na obra de Jack Kerouac).

O GLOBO NA INTERNET
Assista ao clipe de "In the sun", de Stee & Han
apenas clicando aqui

Cantora e atriz,
Zooey Deschanel
fala sobre o
sucesso no
cinema e na
dupla She & Him

tática "Your highness", de David Gordon Green, prevista para estreia em outubro na ELA. Depois de co-estrear com Mark Wahlberg em "Fim dos tempos" (2008), com J. Carey em "54m, senhor" (2008), com Gordon-Levitt em "(500) dias com ela", será a vez de a atriz viver uma princesa ao lado de Jame Franco e Natalie Portman.

— Eu tenho tido pouco tempo para fazer filmes por causa do Sítio. Mas, quando me mandaram algum roteiro, ao lê-lo, mas não tenho um motivo específico que me faça aceitar um projeto. Acho que escolho mais pelas pessoas. Num filme, todo mundo vai para o set para trabalhar, não há uma plateia reagindo ao que você faz. É uma experiência muito diferente da de estar no palco, quando você acaba interagindo com pessoas que pagaram para a ver. Para o filme ser agradável, depende muito

que eu até a sua lado — diz ela.

Esse jejum natural de falsar de *shoubiz* tem relação com a ascendência da moça. O pai de Zoory Caleb Deschanel, diretor de fotografia cinco vezes indicado ao Oscar por filmes como "Os eleitos" (1986) e "A Paixão de Cristo" (2004). Sua mãe é Mary Jo Deschanel, uma atriz bilíngue que participou da série "Twin Peaks", em 1991 — Caleb, aliás, chegou a dirigir episódios de "Twin Peaks", o que, para uma criança, deve ter sido bastante repre-

— Eu não me preocupo com o sucesso. Todo mundo pergunta, por exemplo, sobre coisa teria sido o prêmio para o segundo disco de She & Him, mas eu nunca vi assim. Eu só me preocupo em fazer trabalhos que me dão alegria e que eu gostaria de ouvir e ver — diz. ■

Fonte: Acervo Jornal O Globo Digital

[illegible]

Fonte: Acervo O Globo Digital

4. SOBRE OS VALORES-NOTÍCIA E O *INFOTAINMENT*

Em seu extenso estudo sobre as teorias do jornalismo, Traquina (2001, 2005, 2008) foi um dos autores que mais contribuíram para a teoria da notícia. Aspecto recorrente nas narrativas dos jornalistas, a valorização da informação vai se constituindo como valor imprescindível para a notícia. Em suas conceituações sobre os critérios de noticiabilidade, por exemplo, afirma que “o conjunto de valores-notícia determina se um acontecimento ou um assunto é suscetível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (2005, p.63). Por sua vez, Aguiar (2008, p.8) define valores-notícia como “qualidades dos acontecimentos que produzem as condições de possibilidades para que sejam transformados e contidos em um produto informativo”.

Um dos pioneiros em estudos sobre a noticiabilidade, Wolf (2008, p.196) definiu o processo como “o conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos de informação enfrentam a tarefa de escolher cotidianamente, de um número imprevisível e indefinido de acontecimentos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícia’. Essa posição foi ampliada por Silva (2005), que explica a noticiabilidade como:

(...) todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais (SILVA, 2005, p. 2)

A autora trata dos conceitos de noticiabilidade, de critérios de noticiabilidade e de valores-notícia, “compreendendo as três concepções como imbricadas num mesmo processo, bem como, em diferentes circunstâncias, tratando as ideias de critérios de noticiabilidade e valores-notícia como sinônimas” (SILVA e JERONYMO, 2017, p. 2).

Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia, as três concepções desempenham um papel fundamental no universo da informação periódica (...) tais facetas da dinâmica de construção da narrativa jornalística nem sempre são analisadas de um modo devidamente diferenciado. Em outros termos, trata-se de categorias com naturezas conceituais próprias que acabam por ser interpretadas – por variados motivos e em diferentes momentos no abrangente conjunto das tradições

teóricas referidas – como expressões sinônimas (SILVA *et al.*, 2014, p. 30).

Nelson Traquina (2008, p. 67) volta o olhar inicialmente aos séculos XVI e XVII, quando surgiram na Europa as primeiras “folhas volantes”, precursoras dos jornais modernos, e apresenta aqueles que seriam os “primeiros valores-notícia”, isto é, os acontecimentos mais recorrentes nos impressos da época: os milagres, as catástrofes e os acontecimentos insólitos, “os que produziam o maior espanto, a mais profunda maravilha, a maior surpresa” – e à notoriedade do ator principal – “os atos e as palavras das pessoas importantes, as crônicas e as proezas de personalidades da “elite”.

Autores como Park (2008) e Lage (2011) também compõem o referencial teórico nesta análise de uma editoria específica de cultura de um jornal na sua versão impressa e online. A lógica do *infotainment* (neologismo em inglês para a fusão dos termos informação e entretenimento) também está incluída na análise. Autores defendem que o potencial de entretenimento de um determinado acontecimento torna-se um valor-notícia fundamental – em evidência o valor *concorrência* - para que o mesmo se configure de acordo com o discurso jornalístico. Para Aguiar (2008, p.1), “a capacidade de entretenimento constitui-se como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística”. No entender de Ventura (2015) “o jornalismo cultural, mas não apenas este, cumpre uma função de legitimação ao transformar estes aqueles fatos culturais em notícia, delimitando aquilo que merece ser transmitido, difundido, criticado e, por isso mesmo, conservado, daqueles fatos que não o merecem” (p. 39).

No campo dos estudos sobre noticiabilidade, diversos autores elaboraram listas tabelas de valores-notícia. A seguir, trazemos um quadro sistematizado por SILVA (2005) com a contribuição de alguns desses autores:

QUADRO 1
VALORES-NOTÍCIA (DIVERSOS AUTORES)

Elencos de valores-notícia
Stieler: novidade, proximidade geográfica, proeminência e negativismo.
Lippman: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal. Bond: referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum
Bond: referente à pessoa de destaque ou personagem público (proeminência); incomum (raridade); referente ao governo (interesse nacional); que afeta o bolso (interesse pessoal/econômico); injustiça que provoca indignação (injustiça); grandes perdas de vidas ou bens (catástrofe); consequências universais (interesse universal); que provoca emoção (drama); de interesse de grande número de pessoas (número de pessoas afetadas); grandes somas (grande quantia de dinheiro); descoberta de qualquer setor (descobertas/invenções) e assassinato (crime/violência).
Galtung e Ruge: frequência, amplitude, clareza ou falta de ambiguidade, relevância, conformidade, imprevisão, continuidade, referência a pessoas e nações de elite, composição, personificação e negativismo.
Golding-Elliott: drama, visual atrativo, entretenimento, importância, proximidade, brevidade, negativismo, atualidade, elites, famosos.
Gans: importância, interesse, novidade, qualidade, equilíbrio.
Warren: atualidade, proximidade, proeminência, curiosidade, conflito, suspense, emoção e consequências.
Hetherington: importância, drama, surpresa, famosos, escândalo sexual/crime, número de pessoas envolvidas, proximidade, visual bonito/atrativo.
Shoemaker et al: oportunidade, proximidade, importância/impacto, consequência, interesse, conflito /polêmica, controvérsia, sensacionalismo, proeminência, novidade/curiosidade/raro.
Wolf: importância do indivíduo (nível hierárquico), influência sobre o interesse nacional, número de pessoas envolvidas, relevância quanto à evolução futura.
Erbolato: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência, aventura/conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/ invenções, repercussão, confidências.
Chaparro: atualidade, proximidade, notoriedade, conflito, conhecimento, consequências, curiosidade, dramaticidade, surpresa.
Lage: proximidade, atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.

Fonte: Silva (2005, p.102-103)

Silva, 2005, propõe, ainda, uma sistematização que contempla valores-notícia que são consensuais entre diversos autores e acrescenta outros que contribuem para operacionalizar as análises de acontecimentos noticiáveis/noticiados. Segue abaixo a proposta:

QUADRO 2

ELEMENTOS DE ANÁLISE DE ACONTECIMENTOS NOTICIÁVEIS OU NOTICIADOS

IMPACTO Número de pessoas envolvidas (no fato) Número de pessoas afetadas (pelo fato) Grandes quantias (dinheiro)	PROEMINÊNCIA Notoriedade Celebridade Posição Hierárquica Elite (indivíduo, instituição, país) Sucesso/Herói
CONFLITO Guerra Rivalidade Disputa Briga Greve Reinvindicação	ENTRETENIMENTO/CURIOSIDADE Aventura Divertimento Esporte Comemoração
POLÊMICA Controvérsia Escândalo	CONHECIMENTO/CULTURA Descobertas Invenções Pesquisas Progresso Atividades e valores culturais Religião
RARIDADE Incomum Original Inusitado	PROXIMIDADE Geográfica Cultural
SURPRESA Inesperado	GOVERNO Interesse nacional Decisões e medidas Inaugurações Eleições Viagens Pronunciamentos
TRAGÉDIA/DRAMA Catástrofe Acidente Risco de morte e Morte	JUSTIÇA Julgamentos Denúncias Investigações

Violência / Crime Suspense Emoção Interesse Humano	Pesquisas Apreensões Decisões judiciais Crimes
---	---

Fonte: SILVA, 2005, p.105-106.

Dentre as opções apresentadas, utilizamos o quadro criado por Andrade e Souza (2018) como referência para este trabalho.

QUADRO 3: CRITÉRIOS DE VALORES-NOTÍCIA

VALORES-NOTÍCIA		
Seleção		Construção
Critérios substantivos	Critérios contextuais	
Morte	Disponibilidade	Simplificação
Notoriedade	Equilíbrio	Amplificação
Proximidade	Visualidade	Relevância
Relevância	Concorrência	Personificação
Novidade	Dia noticioso	Dramatização
Tempo		Consonância
Notabilidade		
Inesperado		
Conflito		
Infração		
Escândalo		

Fonte: ANDRADE & SOUSA, 2018.

Dentro de cada conjunto, teóricos como Nelson Traquina (2013) expõem o leque de valores-notícia a que eles pertencem. Começando por aqueles relacionados à seleção de fatos por critérios substantivos, a **morte** é o primeiro valor-notícia, por carregar uma característica fundamental do jornalismo. “Podemos dizer que todos nós

seremos notícia pelo menos uma vez na vida - no dia seguinte à morte, ou nas páginas interiores ou como destaque na primeira página.”(TRAQUINA, 2013, p.77).

Enquanto valor-notícia jornalístico, a temática da morte aparece constantemente enquadrada na cobertura diária dos jornalistas. As rotinas relativas à morte fazem parte dos assuntos cotidianos da mídia, e que acabaram sendo superdimensionadas durante a cobertura da pandemia da Covid-19. “A morte é um mistério que fascina por medo e curiosidade, artifício bem explorado pela mídia. As vítimas do sensacionalismo como da tragédia são projetivas, isto é, são ofertadas em sacrifício à infelicidade e à morte. (MORIN, 1984, p. 115).

A morte, em seu caráter simbólico, como texto cultural (em sentido semiótico, entendendo “texto” como um todo de sentido) está enraizada nas estruturas mais profundas do macrossistema da cultura. Enquanto entidade “noológica”, como diz Morin (2011), ou seja, construções da mente, da consciência humana que se ancoram no meio cultural (crenças, valores, ideologias, ciências, símbolos, sonhos, mitos, deuses, ritos etc.) a ideia da morte, arraigada no imaginário humano ancestral, funciona como um macro valor-notícia na cultura profissional jornalística, da qual se derivam muitos outros como crimes, acidentes, catástrofes, escândalos etc.” (PÁDUA, 2022, p. 5).

Durante a pandemia da Covid, a morte de indivíduos comuns foi amplamente explorada pelos periódicos jornalísticos. Em um momento de crise em nível mundial, a dita morte coletiva ganhou destaque no cotidiano dos indivíduos em sociedade e, conseqüentemente, na rotina da cobertura de imprensa. Mas em tempos ditos “normais”, quais seriam os critérios para que as mortes, enquanto acontecimentos, tornem-se noticiáveis. Quem são os indivíduos que merecem destaque no jornal quando de suas mortes?

Relacionado à construção discursiva da morte, o segundo valor-notícia é a **notoriedade**. Para se tornar notícia, um dos fatores que se leva em conta é a relação do indivíduo com o grande público; não importa tanto a notícia em si, mas o impacto público dos envolvidos com o fato. Souza (2009) esclarece que o personagem que pertence a uma classe social elevada será sempre notícia, independente da importância de seus atos. Associada ao nome ou posição social do indivíduo, a notoriedade é uma medida para definir qual grau de relevância será dado ao fato. Nesse ínterim, notícias sobre celebridades ganham bastante espaço nos meios de comunicação.

Souza (2009) explica que, se um indivíduo que é visto como celebridade realiza alguma tarefa muitas vezes comum para a maioria das pessoas é normal que veículos de mídia associem isso a algo noticiável. Mas isso não acontece pelo fato em si, ocorre devido ao interesse do público pela pessoa que o pratica. Em geral, “essas pessoas só se tornam notícia quando praticam ou estão envolvidas em fatos que fogem dos

acontecimentos comuns” (SOUZA, 2009, p. 25). Já Traquina (2005) cita a notoriedade do protagonista envolvido em um fato é um valor-notícia fundamental para os membros da comunidade jornalística, e “a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia” (TRAQUINA, 2005, p. 79). “Os acontecimentos são retratados em termos de personalidades-chave envolvidas naquilo que transpirou” (TRAQUINA, 2005, p. 74).

Galtung e Ruge (2009) sublinharam a importância da notoriedade quando postularam o seguinte: “Quanto mais o acontecimento disser respeito às pessoas de elite, mais provavelmente será transformado em notícia.” Dito de uma forma muito simples, o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade. O que o Presidente da República faz é importante porque o Presidente da República é importante” (Traquina, 2008, p. 79).

O falecimento, o enterro e o sepultamento desses personagens tornaram-se um evento midiático. Mouillad (1997, p. 360) explica que o futuro do grande morto é a glória do passado que ele não teve. O grande morto só se torna grande homem após sua morte (...) O reconhecimento da mídia assina o fechamento de um momento da história, o ponto simbólico em que a sociedade refaz seu consenso, não a despeito dos conflitos, mas por causa destes. As grandes mortes são momentos de memória e de esquecimento em que a sociedade se esquece, lembrando-os (FERREIRA, OLIVEIRA, 2014).

O terceiro valor-notícia é a **proximidade**, ou seja, a prioridade das notícias está diretamente ligada a fatos que ocorrem pela localização geográfica de cobertura do meio ou, em outro sentido do termo, aos costumes, culturalmente falando. Nesse contexto, as notícias são construídas priorizando os fatos que, como o próprio nome diz, têm proximidade com as pessoas que vão consumi-las. “De acordo com Fernandes (2014, p.140), “cada vez mais estudiosos e produtores da informação têm se voltado a analisar a proximidade como um importante elemento de interesse da notícia e um poderoso nicho de mercado na comunicação.”

QUADRO 3 - PROXIMIDADE EM DIFERENTES SISTEMATIZAÇÕES

Autor	Categorias de Noticiabilidade
Carrol Warren	Elementos básicos da notícia: atualidade, conflito, consequências, curiosidade, emoção, proeminência, proximidade , suspense.
Fraser Bond (1962)	Valor notícia: importância, oportunidade, proximidade , tamanho. Elementos de interesse da notícia: interesse próprio, dinheiro, sexo, conflito, o incomum, culto do herói e da fama, expectativa, interesse humano, acontecimentos que afetam grandes grupos organizados, disputa, descoberta e invenção, crime.
Luiz Amaral (1969)	Atributos fundamentais: atualidade, veracidade, interesse humano, amplo raio de influência, proximidade , raridade, curiosidade.
J. Galtung e M. Ruge (1965)	Critérios de noticiabilidade: momento do acontecimento, intensidade ou magnitude, inexistência de dúvidas sobre o seu significado, proeminência social dos envolvidos, proeminência das nações envolvidas, surpresa, composição tematicamente equilibrada do
	noticiário, proximidade , valores socioculturais, continuidade.
Mar de Fontcuberta (1993)	Interesse do público: atualidade, proximidade , proeminência, conflito, consequências.
Mario Erbolato (1978)	Critérios de notícia: proximidade , marco geográfico, impacto, proeminência (ou celebridade), aventura e conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas e invenções, repercussão, confidências.

Natalício Norberto (1969)	Valor notícia: interesse pessoal (dinheiro, sexo, solidariedade); interesse pelo próximo; proximidade ; o incomum (conflito, crimes, expectativa, objetividade); tamanho; importância; oportunidade.
Nilson Lage (2001)	Critérios de avaliação: proximidade , atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo, identificação humana.
P. J. Shoemaker (1991)	Critérios de noticiabilidade: oportunidade, proximidade , importância, impacto ou consequência, interesse, conflito ou controvérsia, negatividade, frequência, dramatização, crise, desvio, sensacionalismo, proeminência das pessoas envolvidas, novidade, excentricidade, singularidade.
Teun A. Van Dijk (1990)	Valores jornalísticos: novidade, atualidade, pressuposição, consonância, relevância, desvio e negatividade, proximidade .

Fonte: Fernandes (2014, p. 5).

Fontcuberta (1993, apud FERNANDES, 2014, p. 146) destaca que a **proximidade** é um dos fatores mais poderosos na hora de eleger uma notícia. “O leitor tem tanto atrativo em conhecer o que tem ocorrido no seu bairro como o acontecido a um determinado grupo social ao qual se sente vinculado, ainda que seja produzido a milhares de quilômetros” (FONTCUBERTA, 1993 apud FERNANDES, 2014, p. 150).

Para lá das dimensões geográficas, surge um novo tipo de território, que pode ser de base cultural, ideológica, idiomática, de circulação da informação etc. Dimensões como as de familiaridade no campo das identidades histórico-culturais (língua, tradições, valores, religião etc.) e de proximidade de interesses (ideológicos, políticos, de segurança, crenças etc.) são tão importantes quanto as de base física. São elementos propiciadores de elos culturais e laços comunitários que a simples delimitação geográfica pode não ser capaz de conter (PERUZZO, 2005 apud TORRES NETO, 2017, p. 8-9).

Outro valor-notícia fundamental da cultura jornalística é a proximidade, sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais. Um acidente de viação com duas vítimas mortais em Cascais pode ser notícia em Lisboa, mas dificilmente num país estrangeiro (...) No entanto, a distância geográfica é distorcida pelos mecanismos de recolha de informações. Por exemplo, Golding e Elliot escrevem que a distribuição de recolha de informações não é casual, e, em termos jornalísticos, Lagos, por exemplo, está mais perto de Londres do que de Accra” (TRAQUINA 2008, p. 80).

A relevância desta separação é apontada como o quarto valor-notícia, que

“responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes porque têm um impacto sobre a vida das pessoas” (TRAQUINA, 2013, p.78). O caráter relevante da notícia passa pela maior probabilidade de ela ser notada e reconhecida, e está intrínseca à rotina diária do jornalista. A relevância passa pelo quanto a repercussão de um acontecimento poderá alcançá-la. Em seguida, o quinto valor-notícia da seleção de fatos por critérios substantivos traz um elemento muito associado ao jornalismo: a **novidade**. A busca por fatos novos, mesmo que de assuntos já tratados, é o que também consegue manter uma intensa produção de notícias.

Para os jornalistas, uma questão central é precisamente o que há de novo. Em trabalhos do jornalismo de investigação, uma das maiores dificuldades do jornalista é a justificativa para voltar aos assuntos sem novos elementos: geralmente tem que haver algo de novo para voltar a falar do assunto (...) o mundo jornalístico interessa-se muito pela primeira vez” (Traquina, 2008, p. 38).

Nesse contexto, o **tempo**, o sexto valor-notícia, traz em um dos seus sentidos a construção da atualidade, que se associa à novidade na formação de ganchos que dão continuidade a assuntos passados. Em outro sentido, o tempo é visto como um marco que possibilita que notícias sejam feitas com base em datas e comemorações temporais. E, por último, o tempo pode servir como precursor de fatos de grande repercussão, mantendo seus elementos em pauta mesmo depois que o evento principal já tenha passado. A existência de um acontecimento na atualidade já transformada em notícia pode servir de “*news peg*”, ou “gancho”, para outro acontecimento ligado a esse assunto (...) É a efeméride - o próprio tempo é utilizado como “*news peg*” - por exemplo, os aniversários (...) O próprio fator tempo é utilizado como gancho para justificar falar de novo sobre este mesmo assunto (Traquina, 2006, p. 81).

Como sétimo valor-notícia, a **notabilidade** traz a priorização dos fatos visíveis e, por isso, muitas vezes ignora o que os causou. Segundo Traquina (2013), isso acontece porque “[...] o ritmo do trabalho jornalístico exige a ênfase sobre acontecimentos, e não sobre problemáticas” (TRAQUINA, 2013, p.80). Nesse contexto, a notabilidade está associada a variados fatores, como o número de pessoas envolvidas, sua característica fora do normal, acidentes imprevistos e impacto público dos envolvidos com o fato servem como bons exemplos. A inversão, o contrário do “normal”, ganha característica de notável. Outro registro de notabilidade, presente na época das “folhas volantes” e nos critérios de noticiabilidade de Galtung e Ruge, é o insólito. “Toda

semana temos exemplos desses registros nas páginas dos jornais ou nas edições dos telejornais: é o ladrão que vem entregar o carro roubado”. (...) “A falha é mais um registro de notabilidade. Procede por defeito, por insuficiência normal e regular. Os acidentes pertencem a esse registro: os acidentes de viação, os acidentes nucleares (Chernobyl), os foguetões que rebentam no céu” (TRAQUINA, 2008, p. 84).

No oitavo valor-notícia, o **inesperado** aparece como um elemento também fundamental para o jornalismo. Ocorre sempre diante de um mega acontecimento, que subverte a rotina e cria um grau de noticiabilidade importante para a cobertura jornalística. “Entre os atributos das notícias relacionados à noticiabilidade, o inesperado é considerado um dos elementos fundamentais. “Há um provérbio que fala que é de fato o inesperado que acontece. Uma vez que o que acontece faz notícia, segue que a notícia está sempre ou principalmente interessada no inesperado ou incomum” (Park, 2008, p. 61)

Outro valor-notícia importante é o **conflito**, a que também denominamos controvérsia, muitas vezes associado à violência, que traz a construção de fatos que saem do normal, representando outro critério de noticiabilidade que apresenta uma quebra da normalidade.

A presença da violência física fornece mais noticiabilidade (...) na política, certamente, a controvérsia representa uma quebra do normal: por exemplo, é notícia uma cena entre deputados de violência física em vez de uma luta verbal. Num país democrático, a violência na política é julgada “invulgar”, um desvio da norma. A violência também pode representar a ruptura” (Traquina, 2008, p. 84-85).

O penúltimo valor-notícia relacionado à seleção de fatos por critérios substantivos, e que também se relaciona com a violência, é a **infração**. O descumprimento de regras ganhou valor na cobertura diária da imprensa, muitas vezes exemplificado recentemente pela cobertura de política, com os esquemas que envolvem a corrupção e o desvio de verbas públicas como destaque. Esse valor-notícia torna as notícias de crimes rotineiras e faz com que um acontecimento do tipo receba uma cobertura mais específica, sua ocorrência tenha que carregar uma intensidade maior, apresentando um grande número de vítimas ou sendo mais violento, por exemplo.

Diretamente ligado à infração, o último valor-notícia desse subgrupo se encaixa como um tipo desta. O **escândalo** é, por si só, um fato que dá à sua cobertura

jornalística um tom de mantenedora da ordem social. De acordo com Traquina (2013), “este tipo de acontecimento corresponde à situação mítica do jornalista como ‘cão de guarda’ das instituições democráticas”(TRAQUINA, 2013, p.83).

Valores-notícia na seleção de fatos

Os valores-notícia de seleção de fatos a partir de critérios contextuais revelam aspectos contextuais do processo de produção da notícia. A seleção dos fatos que serão notícia passa pela escolha dos fatores exigidos para sua cobertura e também pela disponibilidade de recursos. Nesse contexto, surge “implicitamente a pergunta se o valor-notícia desse acontecimento justifica esse dispêndio, porque as empresas jornalísticas têm recursos limitados” (TRAQUINA, 2013, p.86).

Em seguida, o **equilíbrio** aparece como segundo valor-notícia entre os critérios contextuais, que leva em consideração a quantidade de notícias produzidas sobre determinado assunto em um determinado período de tempo e, claramente, depende da cultura organizacional de determinada organização jornalística. Ou seja, a quantidade de vezes em que o assunto é noticiado é a característica mais importante.

“O equilíbrio - a noticiabilidade de um acontecimento pode estar relacionada com a quantidade de notícias sobre este acontecimento ou assunto que já existe ou já existiu há algum tempo no produto informativo de uma empresa jornalística. Trazer e publicar notícias diferentes é um dos focos Assim, devido ao valor de equilíbrio, o jornalista ou empresa jornalística pode racionalizar da seguinte maneira: “Não tem valor-notícia porque já demos isso há pouco tempo” (Traquina, 2008, p.89).

A **visualidade** é o terceiro valor-notícia dentro deste grupo. Explorar imagens como fotografias ou filmes validam em excelência a narrativa do fato como notícia, e esse critério de noticiabilidade. Um dos caminhos para se seduzir o leitor está precisamente no componente gráfica do jornal, com suas imagens e ilustrações. A existência de boas imagens pode ser determinante para valorizar um acontecimento e inseri-lo na lógica de notícias a serem exploradas. “Este fator de noticiabilidade ajuda a explicar a maior presença de notícias sobre desastres no jornalismo televisivo” (GANS, 1979 apud TRAQUINA, 2013, p. 86). Golding e Elliot (2009) também assinalam a atratividade visual como um critério de noticiabilidade e consideram que está sempre presente a proposta de exibir material visual interessante. Muitas vezes, a valorização da imagem e da visualidade cumpre as exigências gráficas do mercado da publicidade ou da política editorial da organização. Serrano (2006)

acrescenta que “o grafismo e a paginação dão a um jornal a sua identidade própria” e que a personalidade do jornal é identificada primeiro pela forma e só depois pelo conteúdo, ainda que numa articulação entre ambos (p. 178).

O quarto valor-notícia deste subgrupo é um reflexo sobre como a cultura organizacional se insere no mercado jornalístico: a **concorrência** é o valor que atua nos dois sentidos do termo. De um lado, a busca por furos e a necessidade de divulgar tal feito para os consumidores; de outro, o objetivo de impedir que o furo seja obtido por uma outra empresa da concorrência.

As empresas jornalísticas não funcionam no vazio, têm concorrentes. (...) A procura do “*scoop*”, o “furo”, é uma lógica que intensifica a natureza concorrencial da atividade jornalística. Escreve Bourdieu (1997:16): ‘O mundo dos jornalistas é um mundo dividido em que há conflitos, concorrências, hostilidades’” (Traquina, 2008, p. 91).

O último valor-notícia entre aqueles que integram a seleção dos fatos a partir de critérios contextuais é o **dia noticioso**. A “força” do conteúdo informativo acontece diariamente e cada dia jornalístico é um novo dia. Acontecimentos previstos e imprevistos competem no cotidiano com o objetivo de se destacarem entre as notícias que serão publicadas, porque pautas programadas podem ser substituídas por coberturas urgentes e/ou inesperadas.

A chave de todas as suas operações será o desenvolvimento de um equilíbrio entre a geração de conteúdo noticioso original e valioso, inserido em um espaço atualmente compartilhado, distribuído e descentralizado das notícias que existe nos múltiplos espaços e plataformas online e das mídias sociais, e a curadoria dos materiais disponíveis das fontes externas e internas utilizando maneiras únicas que agregam um valor suficiente para atrair os usuários das notícias (BRUNS, 2014, p. 244).

Valores-notícia na construção dos fatos

O segundo grande grupo de valores-notícia, os de construção, foram elaborados por Wolf (1987) e reproduzidos por Traquina (2005): “Por valores-notícia de construção entendem-se os critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia” (Traquina, 2005, p.91).

O primeiro valor dessa classificação é a **simplificação** que, como o próprio nome indica, dá prioridade a acontecimentos simples que serão capazes de abranger um

maior número de pessoas. “Uma notícia facilmente compreensível é preferível a uma outra cheia de ambiguidade.

Os clichês, os estereótipos e as ideias feitas são muitas vezes necessários” (TRAQUINA, 2013,p.88).

O segundo valor é a **amplificação**, cuja principal característica é a construção dos fatos da forma ampliada, de forma a possibilitar a produção de um número maior de notícias,abrangendo, também, um número maior de pessoas. Nesse mesmo sentido de abarcar espectadores, o terceiro valor-notícia, a relevância, traz a construção da notícia de forma que ela seja importante. “Compete ao jornalista tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrar que tem significado para elas (...) quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento,mais hipóteses a notícia tem de ser notada.” (TRAQUINA, 2013, p. 91).

Dando sequência aos valores-notícia, a personificação (ou personalização) realça as pessoas envolvidas em um determinado acontecimento e dá à notícia uma construção que desperte a identificação de determinados indivíduos. Como valor-notícia, a dramatização representa os aspectos que envolvem o lado emocional da cobertura dos fatos e apresentação das notícias. Traquina (2008) entende que a dramatização representa o reforço dos aspectos mais críticos, do lado emocional e da natureza conflitual.

“Quanto mais personalizado é um acontecimento, mais possibilidades tem a notícia de ser notada, pois facilita a identificação do acontecimento em termos “negativo” ou “positivo (...) inúmeros estudos apontam para a importância da personalização como estratégia para agarrar o leitor porque as pessoas se interessam por outras pessoas” (TRAQUINA, 2008, p.92).

Por fim, o último valor-notícia aqui considerado é o da consonância. Inserir uma notícia nova em um contexto já conhecido contribui para que a notícia seja ampliada e valorizada. Comoexplica Nelson Traquina,

Quanto mais a notícia insere o acontecimento numa narrativa já estabelecida, mais possibilidades a notícia tem de ser notada. Isso quer dizer que a notícia deve ser interpretadnum contexto conhecido, com a mobilização de histórias que os leitores já conhecem. Assim, o ‘novo’ conhecimento é inserido numa ‘velha’ história (TRAQUINA, 2008, p.93).

Finalmente, o último valor-notícia deste subgrupo é a consonância. Inserir uma notícia nova em um contexto já conhecido contribui para que ela seja destacada, notada e provavelmente melhor compreendida. No processo de construção de uma notícia a

partir de um dado acontecimento, um valor notícia não exclui o outro, ou seja, um fato pode carregar consigo diversos valores-notícia. Assim como o próprio jornalismo, as medidas estabelecidas pelo conceito de “valor-notícia” passaram por mudanças ao longo do tempo. Enquanto produto feito por pessoas para pessoas, algumas características de interesse humano dão ao jornalismo particularidades que mantêm a sua essência.

A importância das primeiras páginas

Analisar as primeiras páginas de um suplemento cultural de um jornal de grande circulação¹ requer a percepção e a compreensão do viés ideológico e da representação jornalística que um veículo pretende dar às notícias dessa editoria específica. Considerando a importância das primeiras páginas de um jornal, elas servem como cartão de visitas da publicação e constituem espaço da representação jornalística: precisam aliar informação, dando foco à noticiabilidade (ineditismo, imediatismo e impacto público dos envolvidos) e agregando qualidade estética com foco na visualização. Na primeira página deve estar em evidência aquilo que acrescenta maior valor-notícia e que, conseqüentemente, atrai maior número de leitores e atenda de modo mais eficiente a demanda de um determinado público-alvo. Na definição de Cunha (2007),

Por ser o foco de tensão do olhar do leitor, a capa é o espaço que, por excelência, deve trabalhar melhor a simbiose entre verbal e não verbal. Dessa forma, um terceiro esquema adotado exclusivamente para a confecção de capas de jornal é a existência de uma fotografia que garanta impacto no sentido de informar e de ser esteticamente atraente.”(...) Assim, justamente quando o jornalismo rende-se às regras do mercado e a notícia transforma-se em mercadoria, a primeira página reúne duas funções essenciais: a síntese do conteúdo, que destaca o que há de mais importante, inédito e exclusivo em determinada edição; e a estética, que chama a atenção do leitor graças à simbiose entre informação e diagramação, fruto do desenvolvimento tecnológico aplicado à comunicação midiática (CUNHA, 2007, p.6).

¹ Levantamento do IVC (Instituto Verificador de Circulação) mostra que houve queda da circulação da versão impressa dos principais jornais brasileiros, inclusive de O Globo, entre 2020 e 2022. Quinze dos principais jornais brasileiros registraram queda de 16,1%, em média, na circulação no ano de 2022. Acesso em 31 de janeiro de 2023. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/economia/jornais-impressos-circulacao-despenca-161-em-2022/#:~:text=Em%20n%C3%BAmeros%20absolutos%2C%20o%20top,o%20topo%20no%20%C3%BAltimo%20ano.>

Durante a pandemia da Covid-19, os caminhos e as estratégias para conquistar leitores se tornou vital para a sobrevivência em um mercado competitivo como o das publicações jornalísticas. O leitor precisa se sentir atraído muitas das vezes pela programação visual ou pelas chamadas e títulos da primeira página da publicação. Ainda que a primeira página de um suplemento cultural não concorra com a primeira página do jornal impresso em grau de importância pela abrangência do noticiário, é válido apontar que a capa de um suplemento tem valor diferenciado em comparação às demais páginas de uma publicação impressa:

Ao almejar a captura da atenção do leitor, a capa é o espaço de síntese do jornal e da revista. Cabe a ela veicular, como se fosse um display ou cartaz publicitário, o que há de diferente no conteúdo da mídia em questão e a informação que o leitor não deve ficar sem consumir (...) A capa deve, portanto, estampar o que há de inédito, de exclusivo, de interessante para o público-alvo da mídia. Ou seja, a capa traduz todos os pressupostos essenciais da notícia enquanto produto jornalístico. É o momento da venda do produto feito por jornalistas na redação, a hora da conquista do consumidor. (CUNHA, 2007, p.4)

Desse modo, as tecnologias digitais e o trabalho remoto viabilizaram a produção do material jornalístico durante a pandemia, e que “logo se estabeleceram como uma maneira viável de fazer e imprescindível, acentuando um processo que já vinha acontecendo desde o início do século XXI” (SIFUENTES *et al*, 2021, p. 130) com “transformações ainda em curso, que se intensificam e exigem um esforço para dimensioná-las, uma vez que se trata de um processo em andamento” (SIFUENTES *et al*, 2021, p. 133).

Transformações no mundo do trabalho: as plataformas digitais

A pandemia da Covid-19 interferiu no cotidiano dos profissionais das áreas de comunicação e informação, e novas estruturas e mecanismos de produção de notícias passaram a ser consideradas sobre o modo do fazer jornalístico. Esta pesquisa tem entre seus objetivos agregar valor à prática profissional e se justifica como oportunidade de valorização da cultura profissional do jornalista e de conhecimento das instâncias produtivas do jornalismo.

A opção de utilizar o jornal impresso diário como objeto de análise atende a perspectiva que considera “o jornalismo como um dispositivo simbólico que, nos

processos sociais, permitemanter as mediações viabilizadoras do direito à informação” (AGUIAR, 2006, p. 1). Afastados dos eventos pelo isolamento social, artistas de diversos setores encontraram no espaço digital o caminho para a divulgação da sua produção. O conceito de plataformação do trabalho (por definição, a crescente dependência de plataformas digitais e seus diversos mecanismos para realizar atividades de trabalho) afetou a rotina dos jornalistas de todas as editorias durante a pandemia da COVID-19, especialmente entre os anos 2020 e 2022.

Van Dijck, Poell e De Waal (2018) avançaram no conceito de plataformação ao defender que ela se insere em um processo mais amplo, denominado *platform society*, ou sociedade de plataforma, que estaria construindo as estruturas sociais nas quais vivemos e criando uma relação inseparável entre as mesmas. “Plataformas não podem ser analisadas isoladamente, sem estarem inseridas em uma estrutura sociopolítica, pois todos estão interdependentes em uma infraestrutura global que está sendo construída constantemente a partir dos anos 2000 em diante”² (VAN DIJCK; POELL; DE WAAL, 2018, p. 8).

Snircek (2018) define plataforma digital como “infraestrutura tecnológica de informação que medeia as informações entre dois ou mais agentes” e também como “ambientes digitais que permitem aos usuários interagir com a interface gerando informações para o sistema”. Em razão das mudanças por que passa o jornalismo, as redações alteraram suas rotinas de produção a partir da distância dos eventos públicos. No período da pandemia, o método de produção de notícias sofreu alterações e as rotinas do trabalho jornalístico foram afetadas com o surgimento de novos meios de comunicação. De acordo com Corrêa (2000),

² “Platforms cannot be studied in isolation, apart from social and political structures, as they are all (inter) dependent on a global infrastructure that has been built steadily from the early 2000s onward.” (Tradução livre).

Considerar a informação como construtora da opinião de grupos sociais e como elemento de inclusão e coesão da sociedade - funções primordiais do jornalismo - parece estar irreversivelmente vinculado à tecnologia. [...] O jornalismo no ciberespaço ou no mundo digital potencializa-se no alcance, na amplitude e também na profundidade, criando um novo conjunto de possibilidades ao exercício e fortalecimento de suas funções fundamentais (CORRÊA, 2000, p. 1).

Recursos como o *YouTube*, o *WhatsApp*, o *Twitter* (agora “X”) e o *Instagram*, legitimados durante a pandemia, foram essenciais para o desempenho dos profissionais e da produção jornalística. Esta dissertação verifica como o Segundo Caderno de *O Globo* operou no período de ausência de eventos culturais e como essa situação influenciou nos critérios de noticiabilidade, já que boa parte da agenda cultural foi cancelada. A ideia é relacionar os acontecimentos relevantes para serem notícias de jornalismo cultural durante a pandemia. A partir da prática diária, seria válido entender a “reclusão” dos jornalistas imposta pela COVID-19 como um movimento de crítica ao modo clássico de fazer jornalismo? O que a maior crise sanitária do século XXI ensinou aos jornalistas?

Com as medidas mais rigorosas de isolamento social, e necessidade do uso dos recursos tecnológicos, os jornalistas tiveram que se adaptar ao de trabalho online – como reuniões, apuração da notícia, contato com as fontes, produção de textos etc. As mudanças nas estratégias de contato com as fontes, a interação com os profissionais colaboradores, o recebimento de demandas e a necessidade de reportar as informações essenciais sobre a Covid-19, atividades do comércio e cuidados para a prevenção da doença – em uma cobertura mais abrangente e responsável – marcaram um novo momento na vida profissional dos jornalistas amapaenses que fazem a cobertura jornalística diária nessa pandemia (LIMA, PIRES, 2020)

Neste contexto, o uso do *WhatsApp* foi um fator preponderante para os jornalistas no momento em que a impossibilidade de apuração presencial se tornou realidade. A pandemia intensificou as práticas de apuração à distância e obrigou os jornalistas a dependerem da tecnologia digital em suas rotinas de trabalho. De acordo com Lima (2022), que estudou os jornalistas nas redações da cidade do Rio de Janeiro na sua pesquisa:

Durante a pandemia, 92,5% dos jornalistas que atuam em veículos no município do Rio de Janeiro foram consultados nesta pesquisa intensificaram o uso de WhatsApp para a apuração, enquanto 7,5% não mudaram seus hábitos. (...) No trabalho em *home office*, os maiores desafios enfrentados pelos jornalistas ouvidos nesta pesquisa foram de ordem financeira, profissional e emocional. Eles tiveram diminuição de renda, precisaram fazer reportagens sobre locais onde não puderam estar por causa das restrições sanitárias e sofreram algum tipo de dano à saúde mental. (LIMA, 2022, p. 24).

As respostas relativas ao trabalho fora da redação no questionário aplicado por Lima(2022) em sua dissertação de mestrado podem ser resumidas no quadro a seguir:

QUADRO 4 - Impactos do *home-office* na vida dos jornalistas

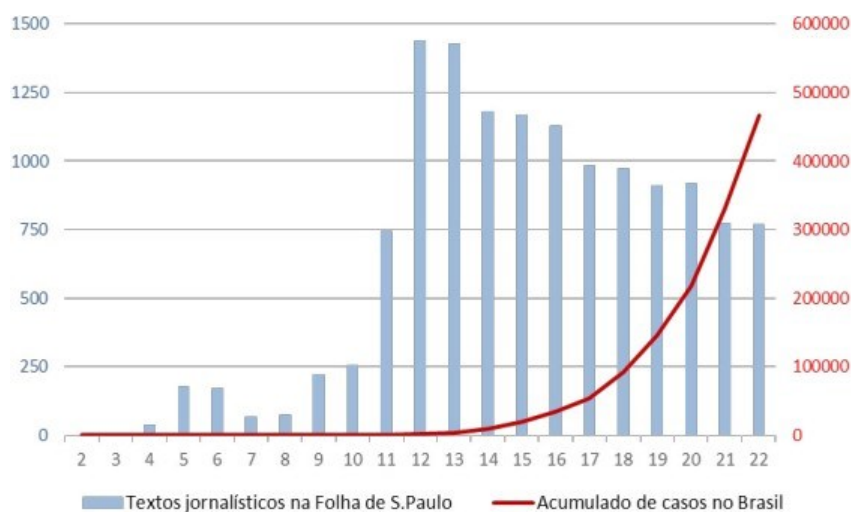
RESPOSTAS RECEBIDAS AO QUESTIONÁRIO APLICADO PELA AUTORA
Teve diminuição de renda (65%)
Teve que fazer reportagens sobre lugares aos quais não pude ir por estar em isolamento (65%)
Ficou angustiado, nervoso ou tive minha saúde mental afetada de forma (50%)
Ficou totalmente dependente do WhatsApp para falar com as fontes (40%)
Teve medo de ser demitido (40%)
Teve Covid (35%)

Fonte: LIMA, 2022, p.110

Com base nas declarações dos jornalistas, a redução na renda mensal, a tarefa de apurar sem poder se deslocar para o lugar dos acontecimentos e o estado psicológico (principalmente angústia em lidar com a situação) foram os pontos que mais afetaram a produção dos profissionais no período mais agudo da pandemia, entre 2020 e 2021. O uso do WhatsApp como ferramenta de apuração, o medo de serem demitidos e a contaminação pelo vírus SARS-Cov-2 aparecem como indicadores relevantes da atividade jornalística na pandemia.

Artigo de Ferraz (2020) derivado de pesquisa sobre o noticiário do jornal Folha de S. Paulo entre janeiro e maio de 2020 analisa a cobertura da imprensa brasileira durante a pandemia de Covid-19. O diagrama a seguir compara a produção semanal do jornal sobre a infecção respiratória (colunas azuis) e a curva da doença (linha vermelha) durante as 22 semanas (entre janeiro e maio) em que os textos sobre os casos de Covid foram analisados. Ao todo, foram examinados 13.404 textos jornalísticos tratando da Covid-19 como assunto principal ou secundário.

Diagrama midialógico da Covid-19 (Folha de S. Paulo, 2020)



Fonte: Ferraz, 2020, p. 276 (Imagem 9).

Com base no gráfico apresentado por Ferraz (2020), o pico na produção jornalística ocorreu na semana entre os dias 15 e 21 de março com o registro de 1.437 textos. A quantidade de textos publicados pelo jornal não acompanhou a evolução da doença no país, cuja subida ocorreu, duas semanas depois (período de 29 de março a 4 de abril, identificada semana epidemiológica³ número 14), momento em que a curva começou a crescer. Ou seja, a produção jornalística foi mais intensa e declinou antes mesmo de a crise sanitária brasileira se agravar.

Nas pandemias, o contexto de imprevisibilidade que as caracteriza também representa, em termos jornalísticos, um atributo importante para a noticiabilidade de um acontecimento epidemiológico dessa natureza. Mais que uma epidemia, que já carrega em si uma forte carga simbólica, falar de pandemia nos remete à desordem causada pelo caráter acidental da doença em larga escala na população mundial, provocando mortes e afetando a rotina de cidades, estados e países (...) Torna-se notícia também pelo peso social (atinge a população em geral), pela quantidade de envolvidos (mortos, infectados e potenciais doentes), pela proximidade geográfica (evento sanitário planetário e relação com território noticiado) e pela atualidade (evento do momento), levando-se em conta outros critérios de noticiabilidade (FERRAZ, 2020, p. 276).

A valorização da cultura profissional do jornalista e seus processos produtivos em um mesmo período estão entre os pontos centrais desta pesquisa focada no jornalismo cultural. Nos capítulos posteriores analisamos as primeiras páginas do suplemento cultural de *O Globo*

³ Semana epidemiológica é uma padronização internacional usada para notificação de doenças. Por convenção, conta-se sempre de domingo a sábado.

produzidas nesse contexto da pandemia, de modo a verificar as alterações na rotina dos profissionais da editoria de cultura de um jornal impresso e se essa outra rotina produtiva gerou um ambiente de mútuo interesse entre público, fontes e jornalistas.

As rotinas se evidenciam, por exemplo, em situações extraordinárias, em que o editor é capaz de designar quais repórteres irão executar quais tarefas, a partir de um referencial de tempo-espço e sob determinadas demandas de trabalho, de modo minimamente convencionalizado. Em situações corriqueiras, alguns mecanismos evidenciam o estabelecimento desse processo como: a definição das pautas do dia, as escalas de pessoal, a divisão de notícias por eixos temáticos/blocos, o planejamento de pautas frias, o *deadline* para conclusão de matérias, além de procedimentos ligados diretamente à apresentação das notícias como o uso de aspas e opiniões divergentes (PEREIRA, 2019, págs. 74-75).

Shoemaker e Reese (1996) são autores que defendem que os padrões recorrentes dos conteúdos noticiosos, criados pelas rotinas produtivas dos jornalistas, formam um conjunto de regras que se tornam parte integrante do que significa ser um profissional da área de mídia. Portanto, “realçam que os efeitos das notícias sobre a sociedade, as instituições e os poderes podem, por sua vez, repercutir-se retroactivamente sobre os meios jornalísticos e, portanto, sobre as notícias e os seus conteúdos” (SHOEMAKER; REESE, 1996, apud SOUSA, p. 7, 2002).

De acordo com Sousa (2006), as características empresariais dos veículos de comunicação também contribuem para o estabelecimento das rotinas profissionais que visam lucros; assim, diminuir os custos de produção em uma situação emergencial, visando a racionalizar os processos de trabalho, se torna fator essencial para a sobrevivência da organização. "A divisão do trabalho jornalístico surge, assim, como uma forma de assegurar que o fabrico do produto se realize, bastando, para tal, assegurar o fornecimento regular de informações" (SOUSA, 2006, p. 258).

5. METODOLOGIA

Esta dissertação usa como procedimentos metodológicos a pesquisa documental, a pesquisa bibliográfica, a análise de conteúdo e a entrevista semiestruturada. A pesquisa documental foi iniciada em 14 de março de 2020, quando o *Segundo Caderno* determinou que o trabalho dos jornalistas ocorreria de modo remoto, com matérias produzidas em casa. Outro fator relevante para a pesquisa data de 28 de outubro do mesmo ano, com o anúncio de eventos literários organizados pela primeira vez em plataformas digitais com transmissões on-line, a exemplo da Festa Literária Internacional de Paraty (Flip), batizada de Flip Virtual.

Nesta análise, o *corpus* da pesquisa é composto por 12 capas do *Segundo Caderno* relacionadas a seguir.

- A cultura sem plateia”, em 14/03/2020;
- “A economia não pode vir antes das pessoas”, em 17/04/2020);
- “Ô da poltrona: a TV como você nunca viu”, em 19/04/2020;
- “Coronavírus: Freud também explica”, em 27/04/2020;
- “Os da cultura: a vida como ela ficou”, em 01/05/2020
- “O poeta equilibrista”, em 05/05/2020;
- “Livreiro: profissão esperança”, em 11/07/2020;
- “FLP: Festas Literárias na Pandemia”, em 28/10/2020;
- “Sem intervalos, mundo de telas”, 11/12/2020;
- “Como será o amanhã”, 07 de janeiro de 2021;
- “Vai passar”, 11/03/2021.
- “Oscar da pandemia e do imprevisível”, 16/03/2021.

Entrevistas semiestruturadas com profissionais ocupando diferentes funções na redação (editores e repórteres) do Segundo Caderno também compõem o processo da coleta de dados. Cada matéria tem ao menos um profissional entrevistado, relatando como se deu a sua participação no processo de produção. A finalidade da entrevista semiestruturada é identificar os processos de produção utilizados no contato com as fontes e as respectivas tecnologias de produção de informação. Rocha (2020) afirma que “uma entrevista semiestruturada tem como objetivo central investigar diferentes perspectivas e pontos de vista sobre um fato por meio da compreensão da realidade dos (as) entrevistados (as)”.

Com a pesquisa etnográfica, os investigadores, seguindo o exemplo dos antropólogos, permaneceram durante longos períodos de tempo observando como os profissionais do jornalismo desenvolviam suas atividades, a fim de compreender como se dá o processo de produção das notícias. A observação permitiu reconhecer que as rotinas constituem um elemento central nesse processo, tornando-se elemento chave para entender o novo paradigma construtivista dos anos 70. Gadini (2007) explica que o grande avanço dos estudos do jornalismo nesta década está relacionado diretamente com as inovações metodológicas que contribuíram, de forma decisiva, para a riqueza da investigação (GESO, JÚNIOR, 2006, p.34)

O trabalho de campo desta investigação reúne depoimentos de dez profissionais do Segundo Caderno (dois editores e oito repórteres), que responderam sobre como suas rotinas de produção no período da pandemia aqui estudado⁴. A seguir, o perfil dos entrevistados.

Bernardo Araújo

Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) em 1994.

Experiência profissional: repórter com passagens por Jornal do Brasil, Revista Abril, Revista Veja e Revista Bizz; atua como *freelancer* no Segundo Caderno de O Globo desde 2000.

Entrevistado em 3 de fevereiro de 2022.

Bolívar Torres

Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS) em 2004.

Experiência profissional: repórter no Jornal do Brasil, entre 2008 e 2010, e editor do site Portal Literal, entre 2010 e 2011. Desde 2013 é repórter do Segundo Caderno de O Globo.

Entrevistado em 30 de janeiro de 2023.

Fátima Sá

Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro em 1997.

Experiência profissional: repórter do Jornal do Brasil e nas publicações do Grupo Abril; atuou em O Globo durante 13 anos e foi Macro Editora de Cultura até dezembro de 2020.

Entrevistada em 1 de abril de 2023.

Helena Aragão

Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2001). Mestre em História, Política e Bens Culturais na Fundação Getúlio Vargas (CPDOC) desde março 2011.

Experiência profissional: Repórter do Jornal do Brasil, O Globo e do site Overmundo. Subeditora do Segundo Caderno de O Globo em 2020.

Entrevistada em 16 de março de 2023.

⁴ Os questionários foram aplicados entre os dias 22 de janeiro de 2022 e 19 de abril de 2023 com o uso do aplicativo *WhatsApp*.

Maria Fortuna

Graduada em Jornalismo pela Faculdade Hélio Alonso (FACHA) no ano de 2000.

Experiência profissional: assessora de imprensa na área cultural e repórter das revistas *Backstage* e *Flash*, especializadas em música. Repórter do Jornal O Globo desde 2008.

Entrevistada em 21 de abril de 2023.

Nelson Gobbi

Pós-graduado em Jornalismo Cultural pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); Graduado em Comunicação Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF) com habilitação em Jornalismo e Cinema.

Experiência profissional: repórter do Jornal do Brasil entre 2002 e 2010; repórter do Segundo Caderno, do jornal O Globo, desde 2017.

Entrevistado em 11 de novembro de 2022.

Ricardo Calazans

Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro em 1993. Com passagens pelas redações de O Dia e Jornal do Brasil, Ricardo atua no Segundo Caderno de O Globo desde 2016.

Entrevistado em 12 de dezembro de 2022.

Sérgio Luz

Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela PUC-Rio em 2009. Mestre em História e Cultura do Brasil pela Universidade de Lisboa em 2022. É repórter de Cultura e crítico de música do Jornal O Globo desde 2015.

Entrevistado em 22 de outubro de 2022.

Silvio Essinger

Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) pela PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro); com passagens pelo Jornal do Brasil e Revista Manchete. Atua como repórter em O Globo desde 2012.

Entrevistado em 11 de maio de 2022.

Talita Duvanel

Graduada em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) em 2010. Com passagem pela Revista Ela, atuou no suplemento cultural do Jornal O Globo (Segundo Caderno) entre os anos de 2019 e 2020.

Entrevistada em 23 de janeiro de 2022.

6. ANÁLISE DOS VALORES-NOTÍCIA EM MATÉRIAS DO SEGUNDO CADERNO DE O GLOBO

Para a abordagem do material selecionado na análise do objeto de estudo o suplemento cultural do Jornal O Globo, denominado *Segundo Caderno*, esta pesquisa emprega a análise quantitativa e qualitativa. O foco está nos critérios de noticiabilidade (valores-notícia) conforme a visão de Nelson Traquina (2005; 2008) e Gaye Tuchman (1978).

A capa do dia 14 de março de 2020, por exemplo, traz o título “Cultura sem plateia” elamenta o fechamento de casas de shows, cinemas e teatros. Compõe a matéria uma entrevista com Leandro Valiati, professor de Economia da Cultura da UFRGS e da *Queen Mary University* em Londres, e avalia o efeito da pandemia na produção cultural do Brasil e do mundo. São espriorizados como valores-notícia: a *notabilidade*, quando o atípico tem a capacidade de virar notícia, neste caso um problema de saúde mundial singular e raro; a *novidade*, fato inusitado para os cidadãos de todo o planeta; e a *controvérsia (conflito)*.

Capa do Segundo Caderno de 14 de março de 2020



Fonte: Acervo O Globo Digital

O *conflito* ou a *controvérsia* se evidencia nas questões polêmicas, com o entrevistado “prevendo” que o futuro das atividades culturais tidas como convencionais (teatro, artes plásticas, cinemas, shows de música etc.) estão sendo “substituídos” pelas tecnologias de informação e comunicação ocupando um espaço privilegiado no âmbito dos mercados culturais, como se depreende dos trechos a seguir.

Houve uma reunião coletiva do Governador (Wilson) Witzel anunciando uma série de medidas de combate à pandemia, e veio a notícia de que todos os equipamentos culturais deveriam fechar, na sexta-feira 13⁵ (13 de março de 2020). Tivemos que virar capa porque a gente tinha a página do Rio Show dentro do Caderno.

A primeira medida foi fazer essa capa (com a entrevista com Leandro Valiati) para enfatizarmos o ocorrido no dia 14. Na noite do dia 13 é que se decidiu tudo, no meio da correria, todo mundo trabalhando de máscara, mantendo a distância dos colegas. Foi tudo bem estranho e difícil.

(...) Sabíamos que iríamos ficar 100% depende da tecnologia e que criaríamos pautas que mobilizam as pessoas dentro de casa, pautas de comportamento sobre a pandemia que ensejam discussões mais sociológicas e psicológicas, pensar novos temas e discussões. E com isso administrar melhor o tempo para viabilizar o trabalho em casa. Tentar ver o “copo meio cheio” foi o de ver a pauta cultural de um jeito mais amplo, e isso acabou nos obrigando a ser mais criativos nesse período.

(Fátima Sá, editora-chefe do Segundo Caderno, em entrevista concedida em 1º de abril de 2023).

A gente foi de surpresa numa sexta-feira (dia 13 de março de 2020) de que teríamos que trabalhar de casa. Acabei fazendo a capa do dia seguinte durante o plantão presencial no fim de semana, e logo recebemos a orientação para que todos os repórteres ficassem em casa, em quarentena, a partir do dia 17 de março.

Na primeira semana em quarentena já começaram as matérias com as *lives*, a forma de produzir mudou e mudou muita coisa para os artistas também, a gente acompanhou esse movimento. No início pensamos que não iríamos conseguir fechar um caderno diário, agente escrevia no *word* e mandava de casa. Durou uma semana.

Depois a empresa colocou VPN (Virtual Private Network, a Rede Privada Virtual) para todo mundo acessar o sistema de casa.

⁵ Acesso em: <https://oglobo.globo.com/cultura/witzel-determina-fechamento-de-cinemas-teatros-casas-de-shows-de-todo-estado-24305102>

(...) Com o trabalho remoto, adiantamos em 20, 30 anos, uma mudança que iria acontecer. Me adaptei bem ao ambiente de casa, não tive muito problema. A diferença é que virou uma mistura de expediente que dura o dia inteiro, acabou a separação da fronteira entre vida privada e vida profissional. A dificuldade era a de estabelecer uma rotina que desse uma organização mínima entre vida doméstica e trabalho ao mesmo tempo. Mas a gente acabou se adaptando (Repórter Nelson Gobbi, em entrevista concedida em 23 de outubro de 2022).

A grande pauta em 2020 foi a própria pandemia, e precisamos organizar como os eventos artísticos iriam acontecer durante o período de isolamento, tudo foi adaptado a isso. Foi uma novidade, um impacto, todo mundo acabou se adaptando, inclusive o próprio leitor. Só lembrando que as tecnologias digitais precisam entrar, mas a rua não vai perder importância. O repórter vai fuçar na rua e utilizar a tecnologia, a adaptação é uma combinação das coisas. Quando a pandemia estiver controlada, a experiência da rua para o jornalista volta a ser fundamental (Repórter Bernardo Araújo, em entrevista realizada em 3 de fevereiro de 2022).

Deuze e Witschge (2016) enfatizam o papel que as tecnologias, sempre em desenvolvimento, desempenham na natureza mutável do trabalho jornalístico e da organização jornalística. São tendências "a reorganização dos ambientes de trabalho, a fragmentação das redações, a emergência de uma sociedade 'redacional' e a ubiquidade das tecnologias midiáticas"(DEUZE, WITSCHGE, 2016, p. 9). Essa última, por sinal, encontra grande presença no meio jornalístico, provocando a caracterização de um jornalista multitarefas”:

Capa do Segundo Caderno em 26 de março de 2020



Fonte: Acervo O Globo Digital

A matéria de capa do Segundo Caderno do dia 26 de março marca o início de uma edição especial do suplemento, denominado *Segundo em Quarentena*. A edição traz uma entrevista com a cantora portuguesa Carminho, que participou do festival *#tamojuntoII*, evento virtual promovido pelo jornal O Globo que reuniu 32 *pocket-shows* com artistas de diferentes gêneros musicais e ganhou destaque no suplemento. Com o título “A economia não pode vir antes das pessoas”, a cantora fala da vida em isolamento em sua casa em Lisboa, há 14 dias em quarentena, e diz que usa o período para compor, ler e estar entre os familiares. Ao final, trata da grande expectativa e surpresa que será participar de um evento online com artistas no Brasil.

Observamos aqui os valores-notícia *tempo*, já que a notícia enfatiza a atualidade; *personalização*, ao focalizar tanto no texto como na imagem a figura da cantora; e *novidade*, por

ser um evento pioneiro ao reunir músicos nesse formato online para amenizar o isolamento social causado pela pandemia. Os repórteres Sergio Luz e Bolívar Torres explicam a rotina de fazer uma entrevista para um evento on-line.

Basicamente foi isso: veio a pandemia e instituíram o *home-office* numa sexta-feira, e na segunda-feira começamos a trabalhar em casa (...) A produção continuou normal, a diferença é que eu era do Rio Show (caderno especial de O Globo publicado às sextas-feiras, que traz a agenda cultural do fim de semana nos principais eventos da cidade), e acabei acumulando com o Segundo Caderno. Fui passado pro fechamento e mudei horário de manhã pra noite. De casa trabalhei com meu *notebook* e consegui acumular bem com a rotina doméstica, gostei da experiência. Deveria ser híbrido para sempre o trabalho nas redações (...) Trabalhar de casa acabou forçando uma precarização, me senti trabalhando 24 horas por dia, há uma invasão de espaço e tempo que gerou um sério problema. O próprio festival #tamojunto poderia ser algo mais leve, pois não tinha um horário pré-definido para trabalhar, até porque houve uma redução salarial, precarizou demais, mas, por outro lado, na pandemia acabei produzindo muito mais, acabou compensando por ter entrevistado muita gente boa e com pautas interessantes (...) isso me fez ver que é desnecessário estar na redação o tempo todo. Sair de casa é estar na rua, o jornalista cultural precisa criar uma relação de cumplicidade com o artista, estar no local d entrevista, não pode ser diferente disso (Repórter Sergio Luz, em entrevista concedida por telefone em 22 de outubro de 2022).

Todo mundo foi obrigado a fazer de casa, a preocupação era realmente em não me contaminar com o vírus do que questionar a mudança de rotina. Foi um sucesso, desde incluir o VPN nos computadores, tudo bem-implementado e salvou a vida de funcionários e também de seus familiares. Ninguém questionou a mudança, e mais do que achar defeitos nas mudanças, houve da minha parte essa aceitação natural do *home-office*. Tentar ficar em casa e fazer do jeito que dá. Reunião por *zoom* e apuração por telefone. Ouvi colegas que preferiram ir à redação sem necessidade porque iriam enlouquecer no ambiente de casa. Eu Não tive problema em relação a isso, moro sozinho (Repórter Bolívar Torres, em entrevista concedida por telefone em 30 de janeiro de 2023).

CORONAVÍRUS FREUD TAMBÉM EXPLICA

ANIVERSÁRIOS DE DUAS OBRAS
importantes do pai da Psicanálise jogam luz sobre nossa conduta diante de um tempo de incertezas

RENATA DZAKI
renata.dzaki@univie.ac.at

E no mínimo instigante que as efemérides de 100 textos fundadores do Siglo Veintiuno Freud a contagem em meio a uma pandemia que traz incertezas, medo, isolamento social e morte. A situação é séria, assim como a condição humana sobressaída e pal do Psicoanálise debruçada. Além do princípio do prazer e "O mal na civilização", obras publicadas respectivamente, em 1920 e 1930. Mas do que tratam esses textos, um centuriário e o outro que, de 1900, são sugestivos? E de que maneira eles nos ajudam a entender a nossa humanidade diante da Covid-19? Freud explica.

Como publicação de "Além do princípio do prazer", Freud afirmou que no período chamado de "virada de 20", ele sentia, uma eixa obra fundamental, que ele chamou de "os estudos sobre a sexualidade". Mas sua experiência na Itália, a angústia experimentada no período da Primeira Guerra Mundial e a guerra espanhola o fizeram abandonar a ideia de uma "virada de 20" e o caminho da psicologia do ser humano se tornou uma guerra destrutiva. A paralisia da Primeira Guerra Mundial, um segundo dualismo, entre o público de vida e o público de guerra, a Primeira Guerra Mundial, o trauma, representaram a tal visão. Suas descobertas foram publicadas em 1920, em um volume de 60 anos, a uma década de intensa produção científica e de uma obra que inclui outros clássicos como "Psicologia das massas e o eu" (1921), "O futuro de uma ilusão", de 1927) que culminaram na publicação de "O mal na civilização", em 1930.

Não é possível esquecer a influência direta e indireta impactando pelos seus princípios acontecimentos da época. Os solidários que se uniram para a criação da Fundação Mundial com neurões transnacionais o fizeram reiterar ao concreto do trauma, que já havia sido assumido, para permitir que não obedecem ao princípio do prazer, que é a nossa busca por gratificação imediata. Além disso, três de seus filhos, o mais velho, Frei Freud correveu com o medo de os perder no conflito. Terminada a Guerra, sua filha mais velha casou-se com o príncipe espanhol, em 1920.

— “Além do princípio do prazer” é o embrião de uma ideia que chega ao ápice com a Teoria da sexualidade. Freud começou a refletir sobre a questão da transição

Jack e a civilização europeia se tornam destrutivos — afirma Daniel Kupermann, psicanalista e historiador do Instituto de Psicanálise de São Paulo.

Entre 1920 e 1930, Freud passa de falar de quadros psicopatológicos para focar no masoquismo, que, segundo ele, é a base da religião e do castigo, duas instituições fundadas na obediência, e afirma que a servidão é a primeira das instituições da família. Para o criador da Psicanálise, quando o sujeito renuncia a uma subjetividade para obediência, ele se torna escravo. E, ao desejar se sentir protegido, esse masoquismo, essa servidão, é em troca de proteção, de se livrar do estado de desconfiança, insegurança e medo. Goethe, que Freud admirava,

A ideia do destampar nos

ajuda. É uma atitude negacionista de alguns diante da pandemia do novo coronavírus. Uma incerteza, como a que vivemos agora, exige cautela e não remete ao desamparo infantil como um lembrete de que o nosso controle do mundo tem limites. O medo, porém, ou a recusa da realidade, é um modo de se defender pela via inverso do desamparo, que tem a hipotética. Dizem que a única gripe que se sente invulnerável porque tem preparo de "atleta", como fez o presidente Jair Bolsonaro, é a gripe da quíntica — diz Kuperman. — É por que o negacionismo combate a ciência? Porque ela tem um relacionamento com a realidade. A ciência precisa de provas.

O psicanalista Alexandre

Costa, coordenador de ensino da Formação Freudiana, lembra que a agressividade de que Freud trata nos dois textos é vivida contra o outro, uma ideia que se repete agora diante do novo coronavírus:

—O vírus surge de modo invisível, mas, no momento em que se aproxima, é preciso encontrar um lugar fora do nosso grupo para essa agressão. Primeiro, ele é algo que vem de fora, uma ameaça estrangeira que só atinge quem viaja; depois, como a letalidade parece ser maior entre idosos, eles devem ser isolados do resto da população. Como não conseguiram lidar com a ameaça, discriminamos, como acontece hoje com os chineses, e como aconteceu com os judeus na época de Freud.

UMA PREGUIÇA POSITIVA

é importante lembrar que, para Freud, a destruição tem uma dimensão criativa. Existem mecanismos de o sujeito enfrentar a desestabilização que a pulsão de morte causa em seu aparelho psíquico. Ele pode sucumbir ao supereu tirânico e adoececer, por exemplo, deprimindo, ou criar estilos de existência, entre eles os afetos, a arte e a ciência. No período entre 1920 e 1930, Freud escreve que a pulsão de morte alimenta o apetite destrutivo, mas também afirma que renunciar ao prazer é sucumbir. Para ele, faz parte do trabalho de psíquica acreditar em um projeto e investir nisso, o que chamou de "ideal do ego".

M. como investidor em projetos futuros diante de um tempo de incertezas, como o provocado pela Covid-19? A psicanalista Mônica Donetto Guedes já percebe mudanças na clínica: —Fomos privados de uma série de coisas, mas esse lugar não é necessariamente ruim. É possível criar novas formas de consumir a vida, buscar formas de satisfação e pensar possibilidades futuras. Há quem esteja olhando para outras coisas e se conectando com aspectos mais simples de seu modo de existir, por exemplo.

Quem pode ficar em casa, mesmo trabalhando de forma remota e tendo que dar conta das obrigações pessoais diárias, tem se sentido pressionado para ocupar ainda mais o tempo. As redes sociais estão cheias de sugestões de filmes, aulas de ginástica, cursos on-line e conteúdos da quarentena pregando como cada um deve levar sua vida nesse momento. Porém, assumir o camuflagem pode ser a chave para a dimensão criativa descrita por Freud.

— Existe uma dimensão positiva da preguiça, que é promover um estado de contemplação criativa. O vazio psíquico, que não é sinônimo de falta, é uma abertura para a criação. Ficar se ocupando demais é uma maneira de não experimentar novos modos de existência — ensina Daniel Kupermann.

NAS CAVERNAS
Do Vietnã a Minas Gerais, as formações
rochosas mais impressionantes

CASA ROBERTO MARINHO
Instituição comemora seus dois anos o
ações digitais para o público nas redes

OBITUÁRIO
Saulo Pereira de Mello, escritor e
diretor do Arquivo Mário Peixoto

Fonte: Acervo O Globo Digital

A matéria de capa do dia 27 de abril de 2020 trata de duas obras fundamentais do escritor e psiquiatra Sigmund Freud; e uma delas, “Além do princípio do prazer”, completou 100 anos em 2020. Os valores-notícia em destaque são *efeméride* e *notabilidade*. Para Traquina (2008, p. 82) o “valor-notícia *notabilidade* alerta-nos para a forma como o campo jornalístico está voltado para a cobertura de acontecimentos e não para problemáticas”.

Capa do Segundo Caderno em 19 de abril de 2020.



Fonte: Acervo O Globo Digital

No *Segundo em Quarentena* do dia 19 de abril de 2020, a capa trata das mudanças na programação da televisão com os impedimentos e limitações causados pelas medidas de isolamento adotadas contra a Covid-19 sob o título “Ô da poltrona, a TV como você nunca viu”; mostra o aumento significativo na audiência de programas de TV em relação à primeira semana de março, no início das medidas de isolamento. Os valores-notícia *tempo*, *controvérsia* e *enotriedade* estão em destaque.

Foi bem repentina a chegada da pandemia no Brasil; a gente estava trabalhando normal, tinha toda uma cobertura correndo normal, fazendo matéria na rua com frequência. Já tinha uma estrutura no jornal que habilitava isso. Fiz uma entrevista com o (ator) Alexandre Nero na véspera da fatídica sexta-feira em que entrou o (trabalho) remoto era a estreia da novela, que teve que parar com a gravação por causa da pandemia. Na redação era comum que se fizesse muita apuração por telefone, mas eu, especificamente, fazia muita entrevista com atores e personalidades, fazia mais sentido ser presencial. A cobertura de TV foi curiosa porque as produções pararam e ficamos com receio de ficar

Matéria em 1º de maio de 2020 trata da precarização do trabalho dos profissionais que atuam nos bastidores da produção cultural brasileira. Cinco profissionais do setor foram entrevistados por um coletivo de jornalistas do suplemento (Ian Niklas, Sergio Luz, Maria Fortuna e Bolívar Torres) para falar da sua situação profissional no feriado do Dia do Trabalho. Os valores-notícia *controvérsia* (pela situação financeira precária dos profissionais, que pedem melhores condições de trabalho) e *novidade* (a pandemia como uma das causas de desemprego) são os mais citados.

Pautei essa matéria sobre o primeiro de maio, é sempre importante explorar a história de bastidor, dos fazedores de cultura, dar voz para os profissionais que tinham menos estrutura. Fiquei feliz com o resultado, é bom pelo caráter coletivo de construção, foi assinada por um grupo de repórteres (...)

Em um primeiro momento de pandemia foi desesperador, não sabíamos como preencher as páginas, fazer algo além da agenda. Fechar a programação cultural não foi fácil, mas reduzimos o caderno e criamos alternativas com artigos mais reflexivos. Existia a regra de os editores chegarem às 7h da manhã e cuidar muito do site. O jornal do papel caiu muito na minha mão no ano de 2020, matérias que iam se transformando ao longo do

Dia (...) E ficou claro que a urgência era que todos ficassemos em casa, a conscientização foi a regra (Entrevista com a subeditora Helena Aragão, realizada por telefone em 8 de fevereiro de 2023).

Pensar pautas culturais numa agenda cancelada foi o maior problema naquele momento, relacionar pautas à pandemia. Foi um obstáculo muito dificultador, cair numa fórmula e não ter tanta liberdade. O jornal diário, sem pauta, acaba sendo visto como repetitivo (...) curto mais pautas na rua, mas o jornal estava cada vez mais voltado a discutir a vida social da internet, e não foi um grande problema nesse sentido. O que fez diferença foi a falta de pautas na agenda cultural (Repórter Bolívar Torres, em entrevista pelo telefone em 27 de setembro de 2022).

A apuração dessa matéria era gigante, fizemos um mutirão com quatro repórteres. O foco era mostrar que o artista consagrado consegue se destacar e sobreviver, a questão financeira tem um peso, mas no final foi uma pauta normal. Muitos profissionais atuam com cultura no país e muitas vezes são mal pagos, que lutam arduamente por um espaço no *métier*, e o foco foi ouvir o que eles tinham a dizer, e mostramos que a pandemia acabou elitizando o setor e, ao mesmo tempo, precarizou o trabalho de muita gente (Repórter Sérgio Luz, em entrevista por telefone em 22 de outubro de 2023).



Fonte: Acervo O Globo Digital.

A reportagem de capa do suplemento do dia 19 de julho de 2020 mostra como os livreiros sobreviveram aos primeiros dias da pandemia, com a diminuição de seu público-consumidor de livros. Estão em relevo os valores-notícia *novidade* e *controvérsia*.

Houve um recrudescimento total de livrarias, e isso impacta diretamente. Mas não se tornou um problema, ainda há muitos livros para sendo lançados. A verdade é que sobra livro e falta espaço. O que faz diferença é o tipo de atenção que a imprensa dá para a literatura, é algo progressivo e pode ser que a pandemia tenha acelerado. Sair 5% a menos de livros não abala o mercado literário. Os *best-sellers* e *blockbusters* e as editoras que valorizam mais os autorais não perderam espaço (Repórter Bolívar Torres, em entrevista por áudio no WhatsApp em 27 de setembro de 2022)

Por conta de um episódio, caso da COVID-19, alguns critérios de noticiabilidade ganharam relevância na cobertura de eventos culturais. A emergência do *tempo*, por força da atualidade e diante de um acontecimento de tamanha

relevância, interferiu sobremaneira na qualidade da informação divulgada. O fator tempo transcendeu a ação pessoal e afetou a programação de rotina do repórter e dos envolvidos na produção da notícia, condicionando a cultura profissional dos jornalistas.

O fator tempo é um valor-notícia numa terceira forma, um entendimento do fator tempo numa forma mais estendida ao longo do tempo. Devido ao seu impacto na comunidade jornalística, um assunto ganha noticiabilidade e permanece como assunto com valor-notícia durante um tempo mais dilatado (TRAQUINA, 2005, p.77)

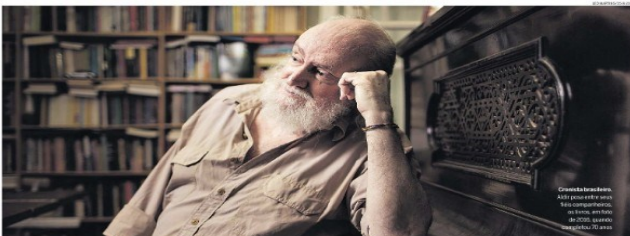
Franciscato (2003), ao discorrer sobre o valor *tempo* define que:

A temporalidade jornalística possui pelo menos três polos: um está no objeto noticiado, cujo movimento orienta os procedimentos da atividade jornalística; um segundo polo é o da própria instituição, que possui seus movimentos próprios, suas regras, princípios, exigências e possibilidades; o terceiro é o tempo do leitor, relacionado às formas individuais e coletivas de experiência do tempo, as quais são construídas também pela intervenção da instituição jornalística. (FRANCISCATO, 2003, p.15)

Capa do Segundo Caderno de 05 de maio de 2020

O GLOBO Segunda 5.5.2020

SEGUNDO EM QUARENTENA



CRISTÓBAL

O POETA EQUILIBRISTA

COM O APURO de um ourives, Aldir Blanc construiu, em centenas de canções, uma obra que emiugou as mazelas e alegrias do Rio e do Brasil

FRANCISCO

Com o auro de um ourives, Aldir Blanc construiu, em centenas de canções, uma obra que emiugou as mazelas e alegrias do Rio e do Brasil. O poeta e músico, conhecido por suas canções, nasceu em 1946, no bairro de São Francisco, no Rio de Janeiro. Ele começou a escrever música aos 15 anos, influenciado por artistas como Chico Buarque e Vinícius de Moraes. Sua obra é marcada por uma linguagem simples e direta, que aborda temas como a vida cotidiana, o amor e a política. Ele também foi um importante compositor de música popular brasileira, com canções que foram gravadas por diversos artistas. Aldir Blanc faleceu em 2019, deixando uma obra rica e diversificada.

“O BÉRBADO E O EQUILIBRISTA”

Mes sei que uma dor
me dá vontade de chorar
Não há de ser
insuportável
a esperança
dormiu no cordão
bombardeio, e em cada
passo desse Brasil pode
se machucar
Azer, a esperança
equilibrada sabe que a
dor de não sentir tem
que continuar

Cor: João Bosco

“QUERELAS DO BRASIL”

O Brasil não conhece o
Brasil, o Brasil nunca foi
o Brasil
Tápis, jépis, tãpis,
alameda, alameda,
Plan, uriana, agul, uriana
Pai, curra, porremente
Jáim, jáim, jáim, jáim
O Brasil não conhece o
Brasil, o Brasil nunca foi
o Brasil
Tápis, jépis, tãpis,
alameda, alameda,
Plan, uriana, agul, uriana
Pai, curra, porremente
Jáim, jáim, jáim, jáim

Cor: João Bosco

“RESPONSA AO TEMPO”

Nem dia cruz de venho
nem cruz de venho
Há fôlha no meu coração,
é o tempo
Recebo um amor que me
perdi
E lá diz que amor é aquilo
que amamos que apaga os
carminhos
Que amor terminam no
cancão, acalhar
Cor: João Bosco

“MESTRE SALA DOS MARES”

Rubra caracatã
jornada dos cruzes dos
regões
Raz pinto das chafazas,
insolando o coração do
povo do pardo. Glória
a todos os lareiros
que amam da nossa
litoralidade e que vivem
jornais
Saber o segredo negro
que tem por nome
Ao pinto pinto do céu
Cor: João Bosco

“BAU DO LACAN”

Eu só sei por aí
Além do Aquário
Um sócio a mais da Golden
Cruz de carretela
Tanto não me dá
Que um segredo de Lucas
Disputação estranha
E me mandam pra raça (...)
Eu fui pra Lacerda
E recebi o
Paul Simon foi
Tirando se prelevar
Genete de melão
Cor: João Bosco

“SÓ DÓI QUANDO RÓI”

Há quem não se importe,
mas a Zona Norte é fôfo
cigano lenda milharis sorrir...
E Capangas
A lenda milharis sorrir...
Lenda milharis sorrir com sua
gargalhada e sorriso
Ela me ensina puzca e
puzca
A respiração do mar
resolado
Rindo Jacinto, facção no
coração
Cor: João Bosco

Fonte: Acervo O Globo Digital

A capa do *Segundo em Quarentena* do dia 05 de maio de 2020 explora a notícia sobre a morte do compositor e músico Aldir Blanc em decorrência da contaminação por Covid-19. O artista foi o primeiro nome a receber destaque entre os mortos pela pandemia na capa do suplemento. “Onde há morte, há jornalistas. A morte é um valor-notícia fundamental para esta comunidade interpretativa e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas de jornal ou nos écrans da televisão (...) Assassinatos, bombardeamentos, funerais, e conferências de imprensa. Aquilo que combina com as melhores histórias” (Traquina, 2002, p.39).

Por vezes, a morte está atrelada à notoriedade do indivíduo, outro valor-notícia interessante. Nesse sentido, o falecimento de uma pessoa “importante” por Covid-19 é um critério de noticiabilidade relevante, e acaba sendo levado em conta pela cobertura dos grandes veículos de imprensa.

O repórter Sergio Luz explica sobre a dificuldade de lidar com a morte, ainda mais em um contexto de risco de morte coletiva, como ocorreu nos primeiros meses da pandemia:

Acumular muitas funções, como a de editor, repórter, fazer *podcasts* e pensar pautas durante a pandemia acaba sendo normal. E o que me marcou nesse período foi escrever obituário. Falei com o Moraes Moreira falei dias antes da morte, ele topou fazer o #tamojunto (festival online promovido pelo Jornal O Globo) e lembro que isso me marcou bastante (...) A Helena Aragão (subeditora do Segundo Caderno) me pediu para deixar pronto o obituário do Aldir, ele já não vinha bem de saúde e acabou morrendo por complicações pós-Covid. E essa questão pesou bastante no emocional, a sobrecarga emocional causada pela pandemia nos deixou vulneráveis. Muitos artistas atingidos pela na pandemia, com seus familiares doentes. Foi uma fase bastante complicada para todos nós (Depoimento de Sergio Luz, em entrevista realizada em 22 de outubro de 2022).

A morte, o inesperado, a atualidade, a visualidade (fotografia com personalidade em destaque) e a relevância (personalização) são os valores-notícia em evidência. Aqui se insere a lógica da entrevista exclusiva, com um personagem dando depoimento que abre espaço para o aumento da audiência. Referenciando Gans (1970), Wolf (1999) argumenta que “os *mass media* competem na obtenção de exclusivos, na invenção de novas rubricas e na feitura de pequenas ‘caixas’ sobre os pormenores”. A *personalização*, em torno de personagens-chaves é um dos valores-notícia mais utilizados pelos jornalistas. “Esse efeito é potencializado quando a personalização é

utilizada no tratamento de acontecimentos dramáticos, especialmente envolvendo o valor-notícia morte” (PADUA, 2017, p. 16). Os depoimentos dos jornalistas para esta pesquisa confirmam esses valores:

Alguém com saúde frágil que a pandemia acabou abreviando a existência, e o caso do Aldir foi uma morte bastante significativa dos novos tempos. Por toda a situação ocorrida, víamos como o próprio risco que corríamos todos, mas nos anos antes da Covid, nunca deixei de acordar todo dia pensando em “tomara que não morra ninguém hoje” (Repórter Silvio Essinger, em entrevista concedida em 11 de novembro de 2022).

Tive que fazer uma boa mudança na rotina de casa, tenho uma filha pequena, mas foi interessante porque fomos pegando o ritmo à distância. Quando morreu o Daniel Azulay, foi um baque gigante pra mim. Foi uma correria fazer o obituário dele, e cobrir à distância foi ainda mais difícil. Fiquei diretamente com repórter pelo WhatsApp, enfrentamos problemas técnicos no sistema, no início deu muito problema, atrasou muito a rotina e o fechamento (Subeditora Helena Aragão, em entrevista concedida pelo WhatsApp em 29 de março de 2022).

Em um momento de obituário, com perdas de referências importantes no meio cultural, Aldir (Blanc), Sergio Santanna, nessas horas é preciso ter a sensibilidade de entender quem está numa situação melhor pra fazer aquele texto, aquela matéria. muitas vezes enxergamos aquilo como última homenagem, um repórter. mas algumas vezes um repórter se voluntariava pra fazer uma despedida bonita e bem-feita ali. Mas com a noção de que fazer obituário no meio da Covid acaba impactando diretamente; todos ficamos muito sensibilizados (Subeditora Fátima Sá, em entrevista



Fonte: Acervo O Globo Digital

A matéria de capa do dia 11 de dezembro de 2020 enfatiza e problematiza o uso excessivo de telas - de computadores, celulares e TVs - durante o momento de quarentena imposto pela pandemia. O ato de nos comunicarmos através das telas, definido na matéria como hiper conexão digital, tornou-se a nossa principal forma de relacionamento com o mundo por conta do isolamento imposto a muitos, principalmente no período mais intenso da Covid-19. Trecho da matéria diz: “A vida familiar invadiu as reuniões de trabalho e os conflitos profissionais atravessaram a rotina da casa por meio de câmeras e microfones atrelados a nossas telas - e deixarum desses itens ligados sem querer é motivo de pânico e até paranoia para muitos”. O valores- notícia *conflito* (controvérsia) encontra bastante destaque, assim como a *novidade*.

A gente acaba incorporando esse tempo do uso de telas na rotina no trabalho. Senti o *blursday*, os dias borrados e nebulosos, todas as rotinas se juntaram numa única coisa, num contexto de insegurança. A matéria fala disso, dessa hiper conexão digital que toma de assalto todos os atos e

nível de autores internacionais, mas com conteúdo pré-gravado e entrevistas transmitidas ao vivo. Os valores-notícia *novidade*, *atualidade* e *notoriedade* ficaram em evidência. O repórter Bolívar Torres acompanhou o evento e realizou a matéria de capa.

O evento em si quase não teve cobertura, o que se fez foi reproduzir as *lives* nas mesas. Não se deu muita importância a isso, foram apenas bate-papos virtuais, e havia a preocupação de não termos muita adesão tanto de escritores quanto de jornalistas. Alterou a lógica da cobertura o fato de termos uma Flip virtual. De um ponto de vista geral, ficar dois anos sem participar de eventos desse tipo acaba tornando a profissão menos agradável. No somatório de situações, sinto falta do evento presencial. Mas no dia a dia, vejo vantagem no trabalho híbrido. Ir à redação apenas duas vezes por semana me deu qualidade de vida. O jornal me forneceu uma estrutura *home-office* de qualidade e dentro do possível as soluções foram viáveis. Está funcionando. Me parece que, com o passar do tempo e ao fim da pandemia, as empresas pensam no presencial fixo de volta, e os profissionais não querem. Há um embate ali, uma tensão, que requer uma negociação constante e urgente. Atualmente os profissionais estão enxergando nesse hibridismo uma tendência (Repórter Bolívar Torres, em entrevista concedida em 30 de janeiro de 2023).

As plataformas digitais somam muito, desde que se saiba adaptar o uso delas para a realidade. Na prática funciona bem, rendeu mais do que quando estava 100% presencial. É tudo questão de adaptação. Muita coisa se fazia por telefone, e os artistas passaram a incorporar a rotina da pandemia nos trabalhos: fotógrafos fazendo trabalhos a partir das janelas de suas casas, músicos fazendo *lives* de casa. E a situação gerou o trabalho híbrido, agora: os repórteres vão à redação duas vezes por semana, as vezes pauta na rua e vai pra redação. E outros dias vai pra redação e bate a matéria de casa (Repórter Ricardo Calazans, em entrevista realizada em 12 de dezembro de 2022).

É muito chato e insuportável ver peças ou shows por *lives*, mesmo na TV. A Flip Virtual foi uma solução, mas eu acho que nada substitui a experiência do presencial (Repórter Maria Fortuna, em entrevista realizada em 3 de abril de 2023).

Dependendo do evento, certos tipos de cobertura, principalmente entrevistas internacionais, acabaram ficando mais frequentes com a normalização de zooms e afins. Isso não deixa de ser positivo pela frequência e quantidade, mas obviamente seria muito mais interessante encontrar todos os entrevistados ao vivo - o que a gente sabe que não iria acontecer ou seria bem reduzido (...) Talvez esse tipo de cobertura seja mesmo mais frequente, mas acredito que vez ou outra o presencial ainda vai ter seu lugar (Repórter Talita Duvanel, entrevistada em 23 de janeiro de 2022)

Para Perez *et al* (2022, p. 2), as *lives* adquirem um novo grau de importância com a quarentena, abrindo espaço para a possibilidade de viver “situações de coletividade desejadas” e alcançando, assim, sensação de pertencimento e legitimação para aqueles que as acompanhavam diante da viabilidade de gerar lazer em um cenário no qual o espaço do entretenimento sofre uma série de restrições.

Capa do Segundo Caderno de 7 de janeiro de 2021.



Fonte: Acervo O Globo Digital

A reportagem de capa de 7 de janeiro de 2021 pensa e projeta o futuro do setor cultural com base no que a agenda, que apresenta bastante pluralidade e diversidade nos primeiros dias do ano, vem mostrando. Os valores-notícia *novidade* e *controvérsia* sobressaem, dado que várias barreiras ainda se sobrepunham à realidade.

Atualmente trabalho no terceiro setor e tenho trabalhos frila (freelancer) com o jornalismo cultural, e vou pouco à rua, faço tudo por telefone ou WhatsApp, mas sinto falta de estar na rua. Como trabalhei em cargos de chefia muito cedo, acabei lidando mais com burocracia e decisões executivas e tive pouco contato com a rua. No Globo existia a regra de os editores chegarem às 7h da manhã e cuidar muito do site. O jornal do papel caía muito na minha mão, com matérias que iam se transformando ao longo do dia (subeditora Helena Aragão, em entrevista concedida em 29 de março de 2023).

Sempre tivemos a preocupação de não ficar refém de agenda. Identificar tendências, provocar debates, mas a agenda é o que movimenta, é o que faz o artista falar em torno da produção dele. Além disso, tivemos um governo federal que fez tudo para atrapalhar o setor cultural, defendeu a bandeira de combate aos artistas estrangulamento brutal com

o setor cultural, desde mecanismos de fomento até críticas a artistas publicamente. No meio desse ambiente aconteceu, tudo muito barra-pesada. Novas adaptações começaram a surgir, experiências interessantes: teatros online, Flip via zoom, dicas culturais via streaming, tudo se adaptou (Editora Fátima Sá, em entrevista concedida em 31 de março de 2023).

É muito chato e insuportável ver peças ou shows por *lives*, mesmo na TV (...) O cinema ainda é aceitável, mas o teatro ficou complicado. Os teatros agora estão lotados. Foi interessante. O Lulu Santos vai fazer seus shows de 70 anos via Globoplay, e o streaming é bom para os artistas ganharem uma grana. E lembrar que há toda uma equipe de produção ali, com profissionais sendo remunerados (Repórter Maria Fortuna, em entrevista por telefone em 3 de abril de 2023).

Capa do Segundo Caderno de 13 de fevereiro de 2021.



Fonte: Acervo O Globo Digital

Na data de 13 de fevereiro de 2021, o Segundo Caderno trouxe reportagem de capa sobre o cancelamento dos festejos de Carnaval em todo o país por conta da pandemia. A data teria sido um sábado comum de Carnaval caso a pandemia não tivesse ocorrido. Especialistas da área da psicanálise e das ciências explicam como o “vazio” causado pela ausência de folia e a expressão

A matéria de capa que encerra o nosso objeto de estudo foi publicada em 14 de março de 2021 sobre os indicados ao prêmio Oscar, um dos mais conhecidos do cinema, que teve sua cerimônia de premiação realizada pela primeira vez de maneira adaptada, com os vencedores recebendo o anúncio dos seus prêmios em casa e, claro, sem o famoso tapete vermelho que recebiam os principais vestidos femininos e o glamour do mundo da moda. Os valores-notícia novidade, notoriedade e controvérsia aparecem em destaque. Para os repórteres entrevistados:

Foi um evento com as pessoas recebendo seus prêmios em casa, a pandemia abriu a intimidade das pessoas, artistas consagrados que aceitaram participar de alguma forma. Ali foi uma simples premiação, não foi um espetáculo que sempre se propôs, com o pitoresco de o público ver as pessoas na intimidade, não mais os vestidos de gala num tapete vermelho. A essência é: melhor fazer o Oscar assim do que não fazer. Para quem produz cultura, é importante manter o evento acontecendo e, claro, dando continuidade aos eventos e provando que é possível adaptá-los sempre (Editora Fátima Sá, entrevistada em 1 de abril de 2023). Tem vários lados, o Oscar apresentou uma outra narrativa. As pessoas não viram as roupas das atrizes, mas viram a casa e a intimidade. Possibilitou de acontecer, mas nada substitui a experiência presencial, ficou empobrecida (...). É muito chato e insuportável ver peças ou shows por lives, mesmo na TV. Foi uma solução, alegrou a vida das pessoas, mas eu acho que nada substitui a experiência do presencial (Maria Fortuna, entrevistada em 3 de abril de 2023).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desta pesquisa começou a ser elaborada em 2020, quando percebi que uma possível mudança na rotina profissional dos jornalistas era iminente por causa da pandemia da Covid-19; e que um novo modelo de comunicação a partir da utilização das novas Tecnologias de Informação e Comunicação certamente iria se impor nessa rotina. Sou graduado em Jornalismo pelo IACS (Instituto de Arte e Comunicação Social) da Universidade Federal Fluminense e trabalhei como repórter durante boa parte da minha vida profissional, entre 2006 e 2017. Mais recentemente passei a perceber a relevância das novas tecnologias para a apuração e a produção de matérias, e como as rotinas nas redações envolviam cada vez menos a experiência presencial com os entrevistados, entre as principais razões os prazos apertados, os amosos *deadlines*, e os custos que envolvem os deslocamentos.

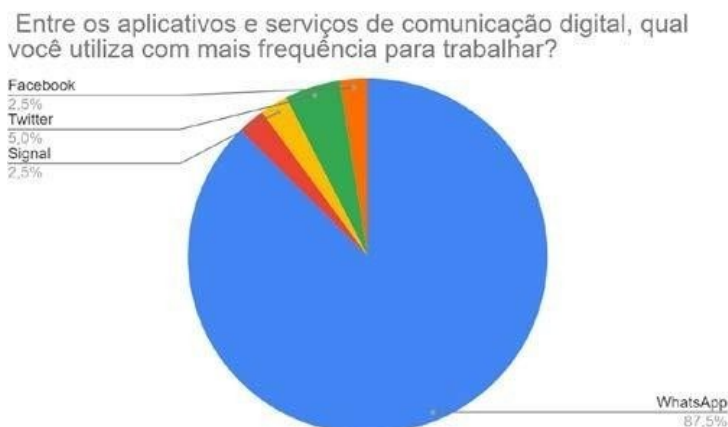
A experiência das entrevistas com os jornalistas para a pesquisa foi bastante proveitosa para a dissertação. Este trabalho teria sido mais difícil sem as entrevistas, reveladoras de como cada profissional encarou as limitações impostas pela pandemia, sua resiliência e adaptação ao momento. Os depoimentos colhidos entre os jornalistas constituíram um instrumento precioso para investigar métodos de trabalho no cotidiano da redação e também para entender o processo individual do profissional, entre os quais: motivos que os levaram a escolher a profissão; vantagens e desvantagens da função exercida, opção pela formação acadêmica, fluência em idiomas como prioridade, conciliação de rotina profissional com projetos pessoais etc. O privilégio de estar em contato direto com repórteres e editores consistiu em um misto de memória e atualidade e serviu para desconstruir alguns discursos implícitos na própria imprensa, avaliando pessoalmente os significados das transformações ocorridas.

Neste trabalho, utilizei o *WhatsApp* em todas as entrevistas, seja por mensagem de texto, por ligação ou mensagens de voz. O aplicativo se transformou em recurso indispensável inclusive para o primeiro contato com jornalistas que poderiam ser entrevistados. Trabalhando com o tema de dissertação “O uso do *WhatsApp* como fator de mudanças no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional” no PPGCOM UERJ, Simone Candida Lima (2022) descreve a importância e as formas de utilização principalmente do WhatsApp no cotidiano profissional dos jornalistas:

A profissão sempre esteve sujeita às transformações ocasionadas tanto pelo surgimento de novas tecnologias, quanto de novas formas de organização social. Por isso, o uso de novos dispositivos tecnológicos no processo de trabalho sempre foi um processo esperado nas redações, que ao longo dos tempos vêm absorvendo as novidades, até mesmo para não perder o ponto de contato com seu público. Assim que surgiram, aparatos tecnológicos, como o telefone, o gravador e o computador, causaram estranhamento e resistência, até que tiveram seus usos assimilados e foram incorporados aos processos de apuração, atuando como facilitadores, ao mesmo tempo em que levaram a rearranjos na forma de trabalhar nas redações. A história se repete com as tecnologias digitais de informação e seus muitos derivados (LIMA, 2022, p.33)

Simone Lima mostrou em gráficos o uso predominante do WhatsApp como recurso usado na apuração de notícias em redações da cidade do Rio de Janeiro no período da pandemia:

Gráfico 2: Aplicativos mais usados pelos jornalistas



Fonte: LIMA, 2022, p. 84.

O uso do aplicativo tem sido tema de interesse de vários pesquisadores do jornalismo na academia e fora dela. Bueno e Reino (2017), por exemplo, afirmam que:

No que tange ao uso de aplicativos tradicionais, o WhatsApp é o mais comum, embora nenhum dos veículos que o utilizam especifique o horário de funcionamento ou disponibilize conteúdo específico. De forma pragmática, o aplicativo só é frequentemente usado como ferramenta para envio de sugestões de pauta. Na verdade, o emprego tradicional do dispositivo não chegaria a ser um problema não fosse o tempo de resposta, lento demais, particularmente pelo formato do recurso e até em relação aos modelos mais vetustos de interação com o público. Em média a resposta de interação demora pelo menos 24 horas, mas boa parte dos veículos analisados sequer respondeu ao contato depois de dois meses. Quanto à orientação de uso, os que responderam foram unânimes em dizer que ele serve “para envio de fotografias, vídeos e texto” (BUENO; REINO, 2017, p.129).

Múltiplos são os caminhos que levam à análise dos critérios de noticiabilidade e valores-notícia em reportagens de jornais impressos. Diante de uma situação excepcional, como é o caso da pandemia da Covid-19, o trabalho dos jornalistas nas empresas de comunicação teve sua rotina alterada de modo significativo. Essa pesquisa não pretende esgotar o assunto, ou chegar a conclusões mais completas sobre análises de capas de suplementos culturais, mas se apresenta como um registro que consideramos importante para o jornalismo cultural de mídia impressa naquele momento.

É importante ressaltar a dificuldade de acesso à documentação de empresas jornalísticas, mesmo aquelas ainda em atividade. A consulta aos acervos apresenta muitos obstáculos, porque os materiais nem sempre estão disponíveis e a dificuldade de acesso às capas do Segundo Caderno foi difícil e demandou muito tempo, o que justifica a análise de 12 capas, em lugar da quantidade maior de material prevista inicialmente.

Em um primeiro momento, este trabalho teve a intenção de realizar uma análise comparativa entre suplementos culturais de jornais impressos diários de grande porte: Estado de São Paulo, Folha de São Paulo e O Globo. Mas percebemos que uma possível comparação se esvaziou, já que não encontramos uma padronização temática, aqui no tocante a matérias sobre Covid; cada suplemento tratou dos temas de maneira diferenciada.

Também é importante registrar que alguns profissionais que assinaram matérias de capa importantes para este estudo não trabalham mais na redação do *Segundo Caderno*. Isso impediu o contato direto e a entrevista e afetou a seleção das capas diante dessa dificuldade de comunicação. Na visita à redação de O Globo também foi possível perceber que a rotina intensa de trabalho nem sempre permite que uma entrevista presencial (ou mesmo a assimilação de informações *in loco*, no corpo a corpo com os profissionais) traga resultados pensados inicialmente.

O capítulo “O Segundo Caderno do Jornal O Globo – histórico” careceria de mais informações sobre os 39 anos de história do suplemento, que não foram possíveis pela dificuldade de entrevistar os profissionais mais antigos da redação, alguns deles atarefados com a exaustiva rotina diária do modo de produzir jornal impresso e on-line, simultaneamente.

A percepção pessoal sobre a rotina produtiva do jornalista que atua em redação

após o período da Covid-19, aqui representado pela alternância do modelo de trabalho: presencial, remoto ou híbrido, foi um elemento relevante na observação do ambiente das redações. A pandemia incentivou jornalistas ao trabalho remoto (por meio do regime de teletrabalho, ou *home-office*) entre 2020 e 2021. Em 2022-2023, porém, muitas empresas começaram a retomar o modelo presencial e tal dinâmica pode ter desagradado alguns profissionais. Acreditamos que sistemas híbridos de trabalho no setor jornalístico podem ser valorizados e aplicados nos próximos anos.

Na lógica capitalista, a notícia não escapa da necessidade de possuir valor de troca e estar aliada à publicidade. A capa de um suplemento traz um conjunto diverso de valores simbólicos, que extrapolam os limites comerciais e dão conta do valor humano e social. É dessa forma que pretendo que este trabalho seja lido e analisado.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Leonel A. Entretenimento: valor-notícia fundamental. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, ano V, n. 1, 2008, p. 13-23.
- AGUIAR, Leonel A. Mobilizar a audiência: uma experiência contemporânea no jornalismo online. *Revista Alceu*, v. 13, n. 25, jul./dez., 2012, p. 5-19. Disponível em http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/artigo1_25.pdf
- AGUIAR, Leonel A. As rotinas produtivas dos jornais: entre o imaginário e as teorias do jornalismo. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 9, 2020, p. 183-201. Disponível em <https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/8543/6416>.
- AGUIAR, Leonel A. O jornalismo investigativo e seus critérios de noticiabilidade: notas introdutórias. *Revista Alceu*, v. 7, 2006, 2006, p. 73-84. Disponível em: http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/alceu_n13_Aguiar.pdf.
- ANDRADE, Ivanise H; SOUSA, Giovana O. Os valores-notícia na cobertura de O Povo versus O. J. Simpson. Artigo apresentado no XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 7 a 9 de junho de 2018. *Revista Brasileira de Iniciação Científica da Universidade Federal de Uberlândia*, MG. Disponível em <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/2956/pdf>
- ANDRE, Henryko; SANKARI, Patrícia N. Jornalismo cultural: um estudo sobre o Caderno G Ideias e suas semelhanças com o jornalismo cultural tradicional. 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba (PR), 4-9/setembro/2017.
- ANTONIOLI, Maria E.; MORAES JUNIOR, Enio. Jornalismo e Newsmaking no século XXI. Novas formas de produção jornalística no cenário online. *Revista Alterjor*, 14(2), 43-52. USP, 2016.
- BANCO de Conceitos. Gatewatching. e-Disciplinas, USP, 2013. Acesso em: <https://edisciplinas.usp.br/mod/glossary/view.php?g=76&mode=entry&hook=1934>
- BARSOTTI, Adriana. O jornalismo e os dilemas da contemporaneidade: o eu, o aqui e o agora. *Revista Mídia e Cotidiano*, v.10, n. 10, 2016. P. 192-209
- BASSO, Eliane F.C. Jornalismo cultural: uma análise sobre o campo. NP Jornalismo, VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Brasília, 2006. Acesso em 20/outubro/2020 em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1869-1.pdf>
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: Tratado de sociologia do conhecimento* (Trad. Floriano de Souza Fernandes). Petrópolis: Vozes, 2014.
- BUENO; Thaisa Cristina; REINO, Lucas Santiago Arraes. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação* Vol. 5, nº 10, julho-dezembro/2017.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 7, n. 2, p. 119-140, 2014.

CORRÊA, Elizabeth Saad. As estratégias da desconstrução: sobre o uso de estratégias diferenciadas por empresas informativas na internet. São Paulo: ECA-USP, Tese de Livre Docência, novembro de 2000.

CORRÊA, Paulo M. O reflexo da teoria do espelho na prática jornalística. Anais do XI EVINCI –Evento de Iniciação Científica do Centro Universitário Autônomo do Brasil, 2016. Acesso em 30 de outubro de 2023 em: <https://portaldeperiodicos.unibrasil.com.br/index.php/anaisevinci/article/view/1849>

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da Cunha. Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica. Capas na mídia impressa: a primeira impressão é a que fica. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Santos, 29 de agosto-2 de setembro 2007. Acesso em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0787-1.pdf>.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. O que o jornalismo está se tornando. *Parágrafo*, v. 4, n. 2, 2016.

DIAS, Lilian dos S. A proximidade como valor-notícia do jornalismo de curadoria: um estudo da *newsletter Matinal News*. [Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2022.

FARO, José Salvador. Nem tudo que reluz é ouro. In: Comunicação & Sociedade - Opinião Pública na Idade Mídia. Universidade Metodista de São Paulo. Acesso em 18 de agosto de 2012. Disponível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/2128/2351>.

FERRAZ, Luiz Marcelo Robalinho. Saúde e política na crise da Covid-19: apontamentos sobre a pandemia na imprensa brasileira. *Revista Eletrônica de Comunicação e Informação de Inovação em Saúde*, abril-junho 2020, p. 273-8.

FERREIRA, Fernanda Vasques; OLIVEIRA, Rayn Fernandes. Os valores-notícia da morte no JornalCorreio Braziliense: quem merece ser notícia quando morre? *Revista Mediação*, Vol. 16, nº 19, 2014.

FERNANDES, Mario Luiz. A proximidade como critério de noticiabilidade: a força da notícia local. In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo; FERNANDES, Mario Luiz (org.). *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

FRANCISCATO, Carlos E. A atualidade no jornalismo. IX Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós). Porto Alegre, 2000.

GADINI, Sérgio Luiz. *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Paulus, 2009.

GROHMAN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. *Revista Eletrônica Internacional de Economia* v. 22, n. 1, jan-abr 2020, p.106-122.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

JÁCOME, Phellipy; VIEIRA, Itala Maduell. O lado B do jornalismo: como os cadernos culturais entram na história. *Revista Contracampo*, v. 37, n. 03, p 1-17, dez. 2018-mar. 2019.

- KOZINETTS, Robert V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LAGE, Nilson. *Ideologia e técnica da notícia*. Florianópolis: UFSC/Insular, 2001.
- LIMA, Patrícia Ferreira de S. Caderno B do Jornal do Brasil: trajetória do segundo caderno na imprensa brasileira (1960-85). Tese de Doutorado do Programa de Pós-graduação em História Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.
- LIMA, Anézia Maria Brito; PIRES, Paulo Vitor Giralddi. Jornalismo Alternativo na Amazônia Amapaense: o Empreendedorismo Digital na Pandemia da Covid-19. In: *Jornalismo em tempos da pandemia do novocoronavírus*. Hebe Maria Gonçalves de Oliveira e Sérgio Gadini (Org.). Aveiro: Ria Editorial, 2020.
- LIMA, Simone Cândida. O uso do WhatsApp como fator de mudanças no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2022.
- MARQUES, Paulo J. A.; MIOLO, Edna; SIEBRA, Nayana. Jornalismo, Assessoria de Imprensa e seus condicionantes organizacionais: uma reflexão a partir das Teorias do Jornalismo. *Animus - Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 13(25), 2014.
- MELO, Isabelle Anchieta. Jornalismo Cultural: por uma formação que produza o encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura. *Rumos Jornalismo Cultural*, 2007.
- MORAES, Cláudia H.; GIRARDI, Ilza Maria T. As cheias de 2010 na Revista Veja: a narração jornalística diante do “inesperado”. *Revista Ação Midiática*, vol. 1, nº 2, 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/am.v1i2.26422>
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: Neurose*. Rio de Janeiro: Forense, 1984.
- PADUA, Gesner D. A morte como valor-notícia durante a pandemia: a disputa de narrativas entre o Jornal Nacional e o governo Bolsonaro. Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Especialista em Mídia, Informação e Cultura. Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação – CELACC USP, 2022.
- PARK, Robert. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: Christa Berger e Beatriz Marocco (ed.) *A era glacial do jornalismo: Teorias sociais da imprensa* (vol. 2). Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 51-70.
- PENA, Felipe. *Teorias do Jornalismo*. Editora Contexto, São Paulo, 2015.
- PEREZ, Clotilde; SATO, Silvio; POMPEU, Bruno; ORLANDINI, Rafael. Os sentidos das lives no contexto da pandemia: do escapismo e da filantropia às lógicas identitárias. *Galáxia*, São Paulo, v. 47, pp. 1-23, 2022. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/55576/39545> Acesso em: 06 nov. 2022.
- PERONI, Gabriel P. A aceleração dos meios de comunicação e a elaboração de notícias nos portais da internet. Dissertação de Mestrado. Departamento de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2009.
- PERUZZO, Cicilia Maria Khroling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação & Sociedade*, v. 26, n. 43, p. 67-84, 2005. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8637/6170>

PIZA, Daniel. *Jornalismo Cultural* (2ª ed.). São Paulo: Editora Contexto, 2004.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. *Fronteiras - Estudos Midiáticos*, v. 22, nº 1, p. 2-10, 2020. DOI: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>

REGINATO, Gisele. Informar de modo qualificado: a finalidade central do jornalismo nas sociedades democráticas. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 17, n. 1, jan-jun 2020, p. 43-53.

RIGO, Larissa B. Jornalismo Cultural: dos suplementos literários do século XIX ao webreview do século XXI. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, PUC-RS, 2019. [Tese de Doutorado]. Em: <https://hdl.handle.net/10923/15836>

RIVERA, Jorge B. *Periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2000.

SOUSA, Jorge Pedro. Construindo uma teoria do jornalismo. Universidade Fernando Pessoa, 2002. Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-jornalismo.pdf>

SOUZA JUNIOR, Geso B. Jornalismo cultural: os valores-notícia do caderno Prosa e Verso. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho (UNESP), 2011.

SILVA, Gislene. Para pensar a noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 2, n. 1, 2005 p. 96-

107. SNIRCEK, Nick. *Capitalismo de Plataformas*. Buenos Aires: Editora Caja Negra, 2018.

SOUSA, Jorge P. *Teorias da Notícia e do Jornalismo*. Chapecó (SC): Argos, 2002.

TORRES NETO, Antonio Pinheiro. A seca vira notícia: a proximidade como critério de noticiabilidade no jornalismo regional. Anais do XV Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. São Paulo: SBPjor, 2017.

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

Unisinos, 2001. TRAQUINA, Nelson. *Porque as notícias são como são* (2ª ed.).

Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo, Volume II. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transacional*. Florianópolis: Insular, 2005.

TSUTSUI, Ana Lúcia Tsida. Revista Cult: canal de expressão pública da produção intelectual. Dissertação apresentada em cumprimento parcial às exigências do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2006.

TUCHMAN, Gaye. *Making News – a Study in the Construction of Reality*. New York: The Free Press, 1978.

VENTURA, M. S. Posições e posicionamentos na crítica cultural contemporânea. In: *A crítica e o campo do jornalismo: ruptura e continuidade* [online]. São Paulo: Editora UNESP / São Paulo: Cultura Acadêmica, 2015, p. 35-49.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação* (8ª ed.). Lisboa: Editorial Presença, 2003.