

Análise do conteúdo jornalístico da revista Carta Capital ¹

Vitor Pereira de ALMEIDA²

Cecília RODRIGUES³

Jorge Carlos FELZ⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

O presente trabalho visa analisar, em uma primeira pesquisa, o conteúdo jornalístico veiculado na revista semanal Carta Capital. Para sua realização foi analisada a revista de 23 de abril de 2014, ANO XX N° 796. O ano era de eleições presidenciais, porém foi escolhido um mês fora do período de campanha. Para a composição do trabalho, utilizamos a Teoria do Agendamento (em particular o gatekeeper) e, também, valores notícia.

Palavras-Chaves: Carta Capital; jornalismo; noticiabilidade.

1 Introdução

O que é jornalismo? Muitos autores já discutiram essa questão. O jornalismo é a atividade profissional que se ocupa de relatar notícias, fatos e informações em geral. Inclui a prática de apurar, relatar, redigir e editar informações.

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior, XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Estudante de graduação do oitavo período do curso de Comunicação Social da UFJF, e-mail: vitoralmeida_cefet@hotmail.com.

³Estudante de graduação do oitavo período do curso de Comunicação Social da UFJF, e-mail: ceciliauarodrigues@yahoo.com.br

⁴Orientador do trabalho, Doutor em Comunicação Social, professor do curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFJF e diretor da Faculdade de Comunicação da UFJF, e-mail: jorgefelz@gmail.com.

Para Nelson Traquina, o jornalismo pode ser definido como:

“Uma atividade criativa, plenamente demonstrada, de forma periódica, pela invenção de novas palavras e pela construção do mundo em notícias, embora seja uma criatividade restringida pela tirania do tempo, dos formatos e das hierarquias superiores, possivelmente do próprio dono da empresa. E os jornalistas não são apenas trabalhadores contratados, mas membros de uma comunidade profissional que há mais de 150 anos de luta está empenhada na sua profissionalização com o objetivo de conquistar maior independência e um melhor estatuto social. (TRAQUINA, 2005, p.22)”

Muito é discutido, também, a respeito da objetividade, clareza e verdade. Ao fazer a pauta o jornalista deve se preocupar com essas questões, inclusive para manter a credibilidade e a isenção do veículo de comunicação no qual a notícia será veiculada. Traquina também ressalta que

“Com a ideologia da objetividade, os jornalistas substituíram uma fé simples nos fatos por uma fidelidade às regras e aos procedimentos criados para um mundo no qual até os fatos eram postos em causa. Assim, a objetividade no jornalismo não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho. (TRAQUINA, 2005, p. 138-139)”

2 Conceitos básicos, Valores Notícia, agendamento e teoria do gatekeeper

Valor notícia é um critério de noticiabilidade que determina a importância que um fato ou acontecimento tem para ser notícia. Os valores notícia analisados são Amplitude (maior número de pessoas envolvidas), frequência (maior duração da ocorrência), negatividade (más notícias vendem mais que as boas e são mais fáceis de noticiar), caráter inesperado (um acontecimento inesperado terá um impacto maior do que um evento agendado), clareza (situações claras são melhores para noticiar do que as que o entendimento exija conhecimento a respeito do assunto), personalização (situações que tem um “personagem” são melhores que as sem personalização. O público se identifica e se

“coloca no lugar”, na “história”), significado (proximidade geográfica e cultural do fato com o leitor), referência a países de elite (países mais poderosos econômica e culturalmente), referência a pessoas que integram a elite (famosos vendem mais), consonância (repetição de fatos ou retomada de situações anteriores), continuidade (acompanhamento da notícia) e composição (equilíbrio das seções e cadernos).

Conforme os autores Hugo Manuel Almeida e Nuno Filipe Pereira,

“Os valores/notícia são regras de fácil compreensão e utilização que são utilizados no trabalho profissional e implicitamente ou explicitamente conduzem os procedimentos operativos numa redação. Outro aspecto importante relacionado com os valores/notícia está ligado ao tipo de processo de que são parte constitutiva. Os jornalistas não podem sempre que apareça um acontecimento novo criar um novo conjunto de características valores/notícia, que vão fazer oposição ao conjunto de características valores/notícia utilizado em acontecimentos anteriores. Assim tem que haver coerência neste conjunto de características valores/notícia que não são mais do que as linhas guia em todo o processo. Tudo isto serve para rotinizar tal tarefa de forma a torná-la exequível e gerível. O atributo rigor dos valores/notícia não é mais que a lógica da tipificação que tem como objetivo prático o de fazer com que de uma forma programada se torne o mais fácil a repetitividade de certos procedimentos a fim de evitar incertezas excessivas e a de simplicidade do raciocínio. Os valores/notícias deverão permitir que a seleção do material seja realizada com rapidez de uma maneira quase “automática”, que seja defensável “postmortem” e se caracterize por um certo grau de flexibilidade e de comparação e sobretudo, que não seja susceptível de demasiados impedimentos.” (PEREIRA e ALMEIDA em <http://newsmakingvalores.no.sapo.pt/news.htm>)

O agendamento ou Agenda setting pode ser definido como uma teoria da comunicação que diz que a mídia determina a pauta para a opinião pública de acordo com seus interesses. Destaca determinados temas e ofusca outros. Um dos debates entre os pesquisadores da teoria é se a mídia determina o assunto para o público ou o contrário. Nos tempos da internet, redes sociais e outros, o feedback do público é maior e muito mais rápido. Logo, ele também determina os assuntos da agenda do meio de comunicação. O agendamento ocorre porque a mídia deve ser seletiva ao noticiar os fatos. Os profissionais da notícia acabam atuando como gatekeepers (seletores de assuntos – pautas) escolhendo o que noticiar e o que ignorar.

A teoria conhecida como gatekeeper surgiu em 1950 e foi aplicada ao jornalismo por David Manning White. O gatekeeper é um conceito jornalístico para edição. É ele que define o que será noticiado, de acordo com os padrões editoriais do veículo (filtragem da notícia). Algumas contestações são feitas a essa teoria. Existem linhas editoriais que determinam a publicação de matérias, busca por venda das notícias, quem lê a notícia produzida (público alvo) e diversas outras inferências que ocorrem no jornalismo, como cita Ben Oliver, em seu site.

“É possível contestar a Teoria do Gatekeeper, por causa da visão limitada de White. O teórico acreditava que o gatekeeper era o responsável pelas notícias, ignorando as influências das organizações, da linha editorial, do público-alvo, da audiência e entre outros fatores, que são levados em consideração quando é abordada a Teoria Organizacional. Novamente, assim como feito com a Teoria do Espelho, por meio da análise diária de produtos jornalísticos é possível observar que não é somente o gatekeeper o principal fator de influência das notícias. É claro, que ao selecionar o que será publicado ou não, o editor tem um poder de grande importância no jornalismo, mas deve-se admitir que existem outras influências, por exemplo, sabe-se que os editores dentro de uma redação nem sempre podem escolher o que deseja, já que este responde ao Editor-Chefe, que responde ao Diretor de Jornalismo e ao proprietário da empresa jornalística.” (Ben Oliveira em www.benoliveira.com)

3 A revista Carta Capital

“Alternativa ao pensamento único da imprensa brasileira, Carta Capital, publicada pela Editora Confiança, nasceu calcada no tripé do bom jornalismo baseado na fidelidade à verdade factual, no exercício do espírito crítico e na fiscalização do poder onde quer que se manifeste. Além de uma enxuta redação comandada pelo jornalista Mino Carta (criador das revistas Quatro Rodas, Veja, IstoÉ e do extinto Jornal da República), reúne um time seleta de colunistas, reconhecidos por sua competência e história, entre eles Delfim Netto, Luiz Gonzaga Belluzzo, Wálter Maierovitch, Thomaz Wood, Marcos Coimbra, Drauzio Varela, Riad Younes e Rogério Tuma. Mensal na sua criação, depois quinzenal e semanal a partir de 2001, Carta Capital é considerada leitura obrigatória para todas as pessoas que buscam não apenas informação exclusiva e qualificada, mas uma visão crítica dos acontecimentos da política, economia e cultura, no Brasil e no mundo.” (Site da revista Carta Capital, disponível em <http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>)

Atualmente, a revista conta com uma tiragem de 65 mil exemplares semanais, “auditados pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC) do mercado Brasileiro, atingindo

uma audiência de mais de 230 mil leitores, de acordo com os dados dos Estudos Marplan/EGM – jan a dez de 2012 – AS, 10 anos - 13 mercados” (site da revista Carta Capital, disponível em <http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital>).

Em 2001, Carta Capital ganhou o Prêmio Brasil de Mídia do Ano pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (ABERJE), o que se repetiu em 2003. Neste mesmo ano, a revista foi vencedora do Prêmio Comunique-se de Imprensa na categoria "Executivo de Veículo de Comunicação". Em novembro de 2006, Mino Carta recebeu o prêmio de "Jornalista Brasileiro de Maior Destaque no Ano", da Associação dos Correspondentes da Imprensa Estrangeira no Brasil (ACIE).

A revista foi criada como uma alternativa às revistas dominantes no mercado à época, Isto é e Veja. Em termos vendas, a Carta Capital não superou suas concorrentes. Hoje, assume uma postura de maior análise crítica. Possui uma equipe pequena, de 11 jornalistas e procura dar sempre uma visão diferente da apresentada pela grande mídia. Por isso, muitas vezes é acusada de realizar jornalismo partidário pró governo petista. A linha editorial da revista é assumidamente esquerdista.

4 Análises

A edição analisada foi a ANO XX Nº 796 de 23 de abril de 2014 cuja matéria mais importante na capa é “A DOCE VIDA DO CORRUPTOR”. Essa pesquisa é um trabalho inicial de análise. Por isso, as conclusões ainda se encontram, também, em um diagnóstico inicial. A imagem 1, seguinte, demonstra a capa da revista.



Imagem 1: Capa da revista Carta Capital de 23 de abril de 2014.

Com relação aos valores notícia, verifica-se que a revista preza por fatos de grande amplitude nacional, principalmente os casos de escândalo de corrupção e envolvimento políticos. A frequência não necessariamente se faz presente, se torna frequente o fato pela repetição na grande mídia e não na Carta Capital em si. A negatividade (trazida, também, por fatos obscuros) e o caráter inesperado (escândalos e outras “descobertas” da grande mídia) também se fazem presentes. A clareza é buscada pela revista, analisando profundamente os fatos em relação às demais concorrentes de mercado; sempre respeitando a política editorial do veículo de comunicação. A personalização é buscada nem sempre

através de pessoas, mas, também, através de órgãos. Em diversas matérias nessa edição, por exemplo, a Petrobrás se tornou personagem central das histórias. O significado (proximidade geográfica com o fato) é tomado a nível de Brasil, o que é compreensível visto que a revista é de circulação nacional. Enquanto valor notícia, a Carta Capital não faz referência a países de elite econômica nem social. Noticia fatos ou faz links com eles quando necessário para o entendimento das situações brasileiras. A referência a países de elite ocorre do mesmo modo. A consonância, a continuidade e a composição estão presentes.

No que tange ao agendamento e ao gatekeeper, percebe-se duas considerações. A primeira delas é a questão da política editorial da empresa. A Carta Capital é uma revista alinhada à esquerda política. Isso interfere diretamente no agendamento e no gatekeeper da revista. Os assuntos de notoriedade no país são pautados, mas com o cunho e o peso da política editorial. A segunda consideração é o aprofundamento maior do que de suas concorrentes. A Carta Capital possui uma maior análise crítica em relação às suas concorrentes.

5 Considerações Finais

A revista Carta Capital é uma publicação de periodicidade semanal publicada no Brasil. É considerada a alternativa às grandes revistas também de circulação nacional que dominavam o mercado (Isto é e Veja). Possui uma postura de análise crítica maior do que de apresentação e de explicação. A Carta Capital possui uma redação bem menor que as revistas normais de circulação na grande mídia, com apenas 11 jornalistas. Procura dar, sempre, uma visão diferente da exibida na mídia; até mesmo por seu cunho esquerdista.

Com relação ao agendamento e ao gatekeeper, percebe-se uma grande influência da política editorial da revista. Os assuntos de importância nacional são pautados, mas sempre respeitando a política editorial.

Já nos valores notícia, destaca-se que a revista preza por fatos de grande amplitude nacional, principalmente os casos de escândalo de corrupção e envolvimento políticos de grande repercussão em geral.

Bibliografia

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são, volume 1* / Nelson Traquila. Florianópolis: Insular. 2. Ed., 2005.

Oliveira, Ben. *Teorias do jornalismo: Teoria do gatekeeper*; disponível em [www.benoliveira.com], acesso em 26/04/2014.

ALMEIDA, Hugo Manuel e PEREIRA, Nuno Felipe. *O newsmaking e os valores notícia*, disponível em [http://newsmakingvalores.no.sapo.pt/news.htm], acesso em 28/04/2014.

Carta Capital, site da revista. Disponível em http://www.cartacapital.com.br/editora/cartacapital, acesso em 25/04/2014.