



Novo Jornal: A Prioridade é Natal¹

Lucas Oliveira de MEDEIROS²

Emanoel Francisco Pinto BARRETO³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

O objetivo deste trabalho é verificar quais os temas priorizados pelo *Novo Jornal*, sediado em Natal-RN, a partir da análise das chamadas da primeira página do diário, sob a ótica da teoria do *newsmaking*. A partir dessa análise, observamos que o *Novo Jornal* se pauta fortemente pelo valor/notícia da proximidade espacial, caracterizando-o como um veículo voltado para aqueles que demonstram interesse pelo cotidiano natalense.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; *newsmaking*; notícia; *Novo Jornal*.

1. Introdução

O *Novo Jornal* é um diário que circula principalmente na cidade de Natal-RN, fundado pelo jornalista Cassiano Arruda Câmara em 2009 após sua saída do extinto *Diário de Natal*. Ele é composto pelas seguintes editorias (na ordem em que são publicadas): Últimas, Principal, Opinião, Política, Economia, Cidades, Cultura e Esportes.

O objetivo deste trabalho é analisar as chamadas da primeira página do *Novo Jornal* à luz da teoria do *newsmaking* e, a partir daí, verificar quais os temas priorizados pela publicação. O período de análise compreende as edições que circularam entre 15 de outubro de 2013 a 30 de novembro de 2013, totalizando 46 dias corridos e 39 edições, uma vez que o *Novo Jornal* não circula nas segundas-feiras nem em dias pós-feriados. No total, foram identificadas 307 chamadas. Para o estudo utilizamos classificação baseada no exame individual de cada chamada, resultando numa divisão em sete categorias: Cidades, Ciência, Cultura, Economia, Esportes, Moda e Política.

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Estudante de Graduação 3º. semestre do Curso de Comunicação Social, Habilitação em Jornalismo da UFRN, e-mail: lucasoliveirademedeiros@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFRN, e-mail: e.barreto@ufmet.br.



2. O produto jornalístico

O conteúdo jornalístico não é a reprodução exata da realidade. Ele é, entretanto, uma representação desta, de forma a reproduzir o mais fiel possível os acontecimentos cotidianos. Por mais que o jornalista tente permanecer imparcial na produção de notícias, ele não consegue, tendo em vista que, enquanto ser gregário, carrega toda uma complexa bagagem histórica e cultural própria e que se reflete na execução do seu trabalho. “Por detrás do discurso aparente geralmente simbólico e polissêmico esconde-se um sentido que convém desvendar” (BARDIN, 2004, p. 12), e esse sentido é a interpretação que o interlocutor fará da notícia construída pelo jornalista.

Poder-se-ia dizer que o jornalismo é um conjunto de “estórias”⁴, “estórias” da vida, “estórias” das estrelas, “estórias” de triunfo e tragédia. Será apenas coincidência que os membros da comunidade jornalística se refiram às notícias, a sua principal preocupação, como ‘estórias’? Os jornalistas veem os acontecimentos como “estórias” e as notícias são construídas como “estórias”, como narrativas, que não estão isoladas de “estórias” e narrativas passadas (TRAQUINA, 2012, p. 21).

Todavia, nem sempre o produto jornalístico foi considerado como uma construção da realidade. A Teoria do Espelho surgiu em meados do século XIX como a primeira a tentar explicar porque as notícias são como são. Segundo aquela, “as notícias refletem a realidade, [...] os jornalistas são imparciais devido ao respeito às normas profissionais [...] sendo simples mediadores que ‘reproduzem’ o acontecimento na notícia” (TRAQUINA, 2012, p. 149). O jornalista seria, então, um mero informante dos fatos, e a notícia seria um reflexo da realidade e, portanto, poderia traduzi-la completamente em texto. Na medida em que se avançou no estudo da notícia, novas correntes teóricas desmistificaram o conceito trazido pela Teoria do Espelho.

3. O *newsmaking*

A teoria do *newsmaking* tem dois focos de estudo. Um deles é a cultura profissional dos jornalistas; o outro, o modo como se dá a organização do trabalho nas redações e os processos de produção das notícias. “As notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a percepção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)” (TRAQUINA, 2012, p.

⁴ No Brasil, comumente se utiliza o termo “matérias” em vez de “estórias” ou “histórias”.



182). O jornalista está inserido num processo de produção. A construção de uma notícia não se dá somente por uma pessoa: do pauteiro ao editor, a notícia passa por uma verdadeira linha de produção. “O *newsmaking* [...] permite que se vislumbre no processo de produção noticioso um fordismo *sui generis* a rotinizar a laboração e a elaboração dos relatos jornalísticos” (BARRETO, 2004, p. 78). Para que um fato possa ser base para um relato jornalístico é necessário um conjunto de critérios de noticiabilidade, isto é, que ele atenda a

“[...] 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 notícias” (WOLF, 2009, p. 196).

O jornalista, na sua tarefa de selecionar os fatos mais noticiáveis, acaba criando modelos de noticiabilidade para determinar o que pode gerar notícia. Os critérios de noticiabilidade têm como fundamento os valores/notícia. Eles definem a relevância e o interesse que um fato agrega para ser transformado em relato jornalístico. É a partir desses valores que o jornalista seleciona aqueles acontecimentos que serão trazidos a público. Tais valores são dinâmicos. Eles mudam conforme o tempo, “mesmo apresentando uma forte homogeneidade dentro da cultura profissional” (WOLF, 2009, p. 205). Eles mudam conforme a “especialização temática” de uma determinada época tratada pelos meios de comunicação de massa.

Embora haja uma prática de se segmentar os valores/notícia e vê-los de maneira individualizada, o que ocorre na prática é que há uma gama desses valores que são utilizados em conjunto para determinar a relevância de um fato a ponto de ser transformado em registro impresso. É importante ressaltar também que os valores/notícia permeiam todo o processo produtivo do jornal, tendo uma importância distinta para cada fase da linha de produção jornalística.

A classificação dos valores/notícia proposta por Wolf (2009) os divide em cinco classes: os critérios substantivos (o conteúdo da notícia); os critérios relativos ao produto informativo; os critérios relativos ao meio; os critérios relativos ao público; e os critérios relativos à concorrência.

Existem vários valores/notícia, porém nem todos possuem a mesma importância. Se o jornalista tivesse que se preocupar com a relevância de cada valor/notícia quando fosse construir uma matéria seu trabalho seria impraticável. Ou seja: o processo de seleção através dos valores/notícia não acontece como numa



situação laboratorial, em que o jornalista, ao presenciar um fato, vá pensar em quais daqueles estão agregados ali. Trata-se de um processo automático, que se adquire com a experiência no cotidiano da profissão. Os valores/notícia “agem concretamente para tornar possível a rotinização do trabalho jornalístico” (WOLF, 2009, p. 228).

A produção jornalística assume uma rotinização, que “consiste numa estandardização de processos, nomeadamente de seleção de informação e construção de notícias, que permitem aos jornalistas trabalharem com maior eficácia e clareza” (FERNANDES, 2011, p. 26). A rotinização do trabalho jornalístico é fundamental para que o jornal possa cumprir com suas metas e fechar uma edição no prazo.

[O jornalista] assume dois papéis de forma concomitante: 1) sabe que precisa trabalhar segundo padrões de organização e de tempo de tal maneira que, cumprindo com desenvoltura a sua rotina, esteja com a sua notícia redigida dentro das fronteiras temporais do *deadline*; 2) entende também que deverá respeitar aspectos peculiares aos interesses da empresa, ao mesmo tempo em que pesa sobre si a responsabilidade de publicar um material credível (BARRETO, 2004, p. 83).

Dentro do processo de rotinização da produção jornalística, Wolf (2009) afirma que há três fases de produção cotidiana de informação comuns a todos os aparatos informativos: a coleta, a seleção e a apresentação. O processo de construção da notícia permeia várias fases, desde a sugestão de pauta até a publicação da matéria.

3.1. A coleta de informações

Toda notícia, como história, tem um começo: a coleta dos materiais que serão utilizados na sua construção. Como parte da rotina de produção de notícias esta fase de coleta de informações também tem seus procedimentos rotineiros. Em épocas passadas o jornalista buscava a pauta de suas matérias prioritariamente nas ruas. Porém, no jornalismo atual, é cada vez mais comum o jornalista se pautar por suas fontes e pelas agências de notícias.

A empresa jornalística precisa ter matérias suficientes para preencher o espaço do jornal, fazendo com que a fase da coleta termine sendo influenciada pela “necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias, a fim de confeccionar, a cada vez, o produto exigido” (WOLF, 2009, p. 231). O trabalho do repórter de rua fica muitas vezes em segundo plano, pois a coleta de informações de fontes estáveis e



agências são mais fáceis de ser trabalhadas, de modo que o jornal fique pronto dentro do *deadline*.

As fontes são um elemento fundamental na construção da notícia. Na ânsia pela objetividade o jornalista põe a fonte no centro da apuração, fazendo “suas confirmações a partir de consulta a quem informa ou contextualiza os fatos, mesmo que sejam suspeitas, especulações, pontos de vista” (SCHMITZ, 2011, p. 15).

Existe uma espécie de relação simbiótica entre jornalistas e fontes: um precisa do outro. “Quando as fontes e os jornalistas fazem parte da mesma ‘rotina’ de uma forma regular, podem estabelecer uma interdependência” (TRAQUINA, 2012, p. 197). O jornalista necessita da fonte para completar sua matéria; a fonte precisa do jornalista para que suas ideias sejam publicadas ou para se defender. A respeito de fontes, GANS (*apud* WOLF, 2009) lista os interesses de jornalistas e fontes nessa simbiose, conforme a tabela abaixo.

Interesse da fonte em acessar o jornalista	Interesse do jornalista em acessar a fonte
a) Os incentivos	a) A oportunidade revelada em ocasião anterior
b) O poder da fonte	b) A produtividade
c) Capacidade de fornecer informativos	c) A fidedignidade
d) Proximidade social e geográfica dos jornalistas	d) A confiabilidade
	e) A respeitabilidade

Tabela 1: Interesses entre fontes e jornalistas

As agências de notícia, embora muito comumente sejam consideradas também como fontes, são distintas das fontes verdadeiras, isto é, as pessoas e entidades entrevistadas pelo jornalista.

De fato, elas já se configuram como empresas especializadas, internas ao sistema da informação, e realizam um trabalho que já é de confecção (enquanto as fontes estáveis, qualquer que seja sua natureza e o nível em que se colocam, também pertencem, sobretudo, à instituição que representam e, na maioria dos casos, não se dedicam exclusivamente à produção de informação) [...]; as agências fornecem ‘unidades-notícia’; situam-se, portanto, num estágio avançado do processo de produção (CESAREO *apud* WOLF, 2009, p. 233).



Muitas vezes é apenas pelas agências de notícias que muitos veículos de informação têm acesso a informações de cunho internacional, ou mesmo dos grandes centros de seu país. “Seu uso, difundido em todo o mundo, acaba determinando uma forte homogeneidade e uniformidade sobre as definições daquilo que faz notícia” (WOLF, 2009, p. 245).

3.2. A seleção das notícias

No processo de seleção de notícias o jornalista participa empregando alguns critérios. O primeiro, obviamente, é a relevância do fato que poderá ser trazido a público. Também a eficiência do jornalista se encontra dentre esses critérios: o jornalista deve contornar as dificuldades trazidas pelos escassos recursos de que dispõe, como a equipe, o formato e o tempo de produção.

Wolf (2009) compara o processo de seleção de notícias tanto a um funil (no sentido de que somente um pequeno número das notícias que foram coletadas será publicado) quanto a uma sanfona (na medida em que, devido à dinâmica do mundo, notícias novas importantes podem chegar de última hora e então, deve-se dar um jeito de encaixá-la no jornal, seja diminuindo ou retirando outras notícias).

3.3. A edição e a apresentação das notícias

Durante todo o processo produtivo da notícia esta sofre interferências de quem nela trabalha. Na fase de coleta, o jornalista faz uma “colheita” das informações que ele encontra e que, principalmente, a ele chegam, através das fontes e agências. No processo seletivo são escolhidas apenas aquelas histórias que interessam aos proprietários do jornal publicar. Porém, é na fase da edição que a notícia é construída de forma a chegar ao público como se fosse um “espelho” da realidade. Ela é construída para a imagem de público que o jornalista tem.

A edição destina-se, portanto, a dar uma representação sintética, necessariamente breve, visivelmente coerente e possivelmente significativa do objeto da notícia: imposta pelas exigências e pelas técnicas de produção, transforma-se em algo diferente e a mais (WOLF, 2009, p. 260).

A notícia apresentada, embora tenha sido editada para parecer ao público que está espelhando a realidade, não o faz. É impossível retratar a realidade tal e qual ela é, pois o próprio formato do veículo noticioso é limitado. A matéria jornalística é



editada, também, conforme os interesses do jornal: as fontes escolhidas geralmente são aquelas que refletem a opinião do jornal, bem como o discurso presente na notícia. Mas essa discussão não cabe neste trabalho. Assim, não iremos aprofundá-la.

4. Análise dos resultados

O *Novo Jornal* é um veículo de informação que prioriza os acontecimentos que afetam diretamente a vida do cidadão natalense e, em menor escala, daqueles que vivem na Região Metropolitana de Natal que compreende os municípios de Natal, Parnamirim, Extremoz, São Gonçalo do Amarante, Ceará-Mirim, Macaíba, São José de Mipibu, Monte Alegre, Nísia Floresta e Vera Cruz. O *Novo Jornal* também publica em suas páginas notícias de repercussão nacional, como é o caso do processo de prisão dos condenados do Mensalão e do primeiro leilão do pré-sal.

A respeito dos demais municípios do Rio Grande do Norte, estes raramente são notícia de primeira página do jornal. No período analisado somente 12 chamadas tiveram como foco outras regiões do estado. Por exemplo, Mossoró, segunda cidade mais importante do Rio Grande do Norte, distante cerca de 300 km da capital, foi tema de apenas duas chamadas nas 39 edições analisadas. A questão da proximidade, ou seja, a relação espacial que o leitor mantém com o acontecimento, pode ser encontrada na seguinte definição de notícia:

Notícia é o relato jornalístico credível de fatos que tenham acontecido, estejam acontecendo ou venham a acontecer, sendo seu conhecimento o mais importante ou interessante possível para o maior número possível de pessoas que estejam, espacial ou emocionalmente, próximas de onde tais fatos tenham acontecido, estejam acontecendo ou venham a acontecer, devendo esses mesmos fatos ser efetivamente veiculados e deles socialmente se tome conhecimento, gerando maior ou menor repercussão junto ao público atingido⁵ (BARRETO, 2014).

O valor/notícia da proximidade (neste caso, geográfica) é bastante forte, como se pôde ver na seleção das matérias mais importantes e interessantes para o *Novo Jornal*, com maior probabilidade de figurar na primeira página. Assim, o leitor preferencial do *Novo Jornal* é aquele que reside em Natal ou então que se interessa pelos fatos cotidianos desta cidade. Pode-se dizer que as poucas chamadas de cunho nacional foram publicadas para que não se afirme depois que o jornal não falou do tema, uma vez que o leitor da publicação certamente dispõe de outros meios (por exemplo,

⁵ Definição registrada durante reunião de orientação.

portais na internet ou telejornais nacionais) para manter-se informado sobre temas nacionais. A quantidade e o percentual de chamadas referentes a cada uma das categorias utilizadas é apresentada no gráfico a seguir.

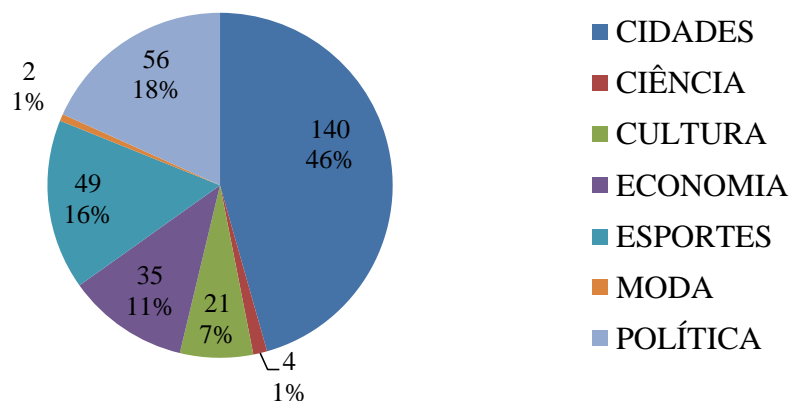


Gráfico 1: Divisão das chamadas por categorias

4.1. Cidades

A categoria “Cidades” é tida como uma categoria-padrão, isto é, nela foram incluídas todas as chamadas que não se encaixaram nas demais categorias, além daquelas referentes a assuntos ligados à vida urbana. Do total de chamadas 140 (46%) foram classificadas nesta categoria, denotando a característica de o *Novo Jornal* ser um veículo voltado aos acontecimentos urbanos natalenses.

Dentre essas 140 chamadas são predominantes os temas referentes à educação (incluindo chamadas sobre o Enem, o MEC e as universidades sediadas no Rio Grande do Norte), com 16 chamadas; as manifestações e protestos que aconteceram à época, principalmente na Câmara Municipal de Natal, com 10 chamadas; a área da saúde (saúde pessoal, saúde pública, programa Mais Médicos), também com 10 chamadas; e o projeto de lei do Passe Livre, com 08 chamadas.



TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
Educação; Enem; MEC; Universidades	15/10/2013: QUANDO A FALTA É DE PROFESSOR
	29/10/2013: ENEM: AGORA É ESPERAR OS RESULTADOS
	21/11/2013: MEC ESTUDA ADOPTAR SISTEMA USADO NO RN
	15/11/2013: RN FINALISTA EM PRÊMIO PARA UNIVERSIDADES
Manifestações populares; Manifestações na Câmara; Ataques à imprensa	26/10/2013: REVOLTA À LA CABERNET SAUVIGNON
	26/10/2013: MASCARADOS TENTAM ATEAR FOGO EM CARRO DA REDE GLOBO
	29/10/2013: OCUPAÇÃO DA CÂMARA VIRA CASO DE POLÍCIA
Saúde pessoal; saúde pública; Programa Mais Médicos	12/11/2013: MAIS ONZE MÉDICOS NA CAPITAL
	20/11/2013: BRASIL TEM 157 CIDADES SOB RISCO DE DENGUE
	24/11/2013: PROCURA PELO SERVIÇO HOME CARE CRESCE EM NATAL
Projeto de Lei do Passe Livre	16/10/2013: CARLOS TOMA PASSE LIVRE DE AMANDA
	17/10/2013: NA PARAÍBA, 12 MIL ALUNOS CONTAM COM PASSE LIVRE
	07/11/2013: PASSE LIVRE DO PREFEITO VAI À VOTAÇÃO HOJE

Tabela 2: Exemplos de chamadas da categoria “Cidades”

4.2. Política

A categoria “Política” é a segunda em número de chamadas no *Novo Jornal*, com 56 (18%), menos da metade das encontradas na categoria “Cidades”. Nesta categoria priorizamos classificar assuntos relacionados aos acontecimentos concernentes aos partidos políticos e atores políticos. Outros acontecimentos que envolvem ações destes atores, mas que de um modo geral são mais interessantes ao leitorado devido aos seus efeitos no cotidiano da sociedade, foram categorizados como “Cidades”. Os temas mais relevantes dentre os rotulados nesta categoria foram o



mensalão do PT quando do início da divulgação das penas dos condenados, com 11 chamadas; as eleições internas do PT, alcunhadas pelos jornalistas do *Novo Jornal* como “brejeira”⁶, com 09 chamadas; o aniversário do afastamento da ex-prefeita de Natal Micarla de Sousa e o início de denúncias pelo Ministério Público quanto às razões que levaram a seu afastamento, com 08 chamadas.

TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
Mensalão do PT	15/11/2013: PEDIDOS DE PRISÃO PARA MENSALEIROS SÃO AGILIZADOS
	17/11/2013: “ESTAMOS JUNTOS”, DIZ LULA A DIRCEU
	20/11/2013: IML DESTACA QUE DOENÇA DE JOSÉ É GENUÍNA
Eleições internas do PT	14/11/2013: ‘BREJEIRA’ DO PT VAI PARAR EM BRASÍLIA
	24/11/2013: GRUPO DE MINEIRO APLICA GOLPE NO DE FÁTIMA
	26/11/2013: Por que briga tanto o PT?
Micarla de Sousa; Denúncias	27/10/2013: MICARLA - O ANO QUE NÃO TERMINOU
	02/11/2013: APÓS REPORTAGENS, MP DENUNCIA MICARLA
	03/11/2013: “FEITA NAS COXAS”

Tabela 3: Exemplos de chamadas da categoria “Política”

4.3. Esportes

A categoria “Esportes” vem em terceiro lugar em quantidade de chamadas, com 49 (16%). Destas, 42 são referentes a notícias sobre os dois principais clubes de Natal: o ABC e o América. Ressaltamos que à época os dois clubes estavam disputando a Série B do Campeonato Brasileiro e ambos estavam respondendo a processos judiciais no Superior Tribunal de Justiça Desportiva (STJD)⁷. Ambos foram postos no mesmo tema porque quase sempre apareciam na primeira página do *Novo Jornal*, tanto em chamadas separadas como em um mesmo texto.

⁶ Processo comum na política no século passado que consistia em alterações fraudulentas dos resultados das eleições.

⁷ O ABC enfrentava processo judicial devido a superlotação no Estádio Maria Lamas Farache (Frasqueirão), do clube, em partida contra o Palmeiras pela Série B do Campeonato Brasileiro. Já o América enfrentou processo judicial devido ao arremesso de um sinalizador no interior do Estádio José Nazareno do Nascimento (Nazarenão), em Goianinha-RN, por um torcedor do clube ao final de partida contra o Paysandu pela Série B do Campeonato Brasileiro.



Os outros dois temas com alguma repercussão na primeira página do *Novo Jornal* no período foram a Copa do Mundo 2014, com 03 chamadas; e as decisões dos dois principais campeonatos nacionais de futebol (Copa do Brasil e Série A do Campeonato Brasileiro), com 01 chamada cada, noticiando o vencedor de cada uma das competições.

TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
ABC e América-RN	27/10/2013: QUANDO O FUTEBOL GANHA ARES DE MMA
	02/11/2013 Duelo entre criador e criatura
	23/11/2013: GARANTIDO, AMÉRICA JOGA SEM PRECISAR VENCER
Arena das Dunas; Copa do Mundo	20/11/2013: Portugal e França vêm à Copa no Brasil
Decisões de campeonatos nacionais	28/11/2013: FLAMENGO INAUGURA COM "TRI" O NOVO MARACANÃ

Tabela 4: Exemplos de chamadas da categoria “Esportes”

4.4. Economia

A categoria “Economia” aparece com 35 chamadas, equivalente a 11% do total analisado. Estas correspondem a temas muito variados. Dentre eles o que se destaca é o que se refere a chamadas sobre instalação ou crescimento de fábricas, outras empresas ou parques no Rio Grande do Norte, com 10 chamadas.

TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
Instalação/crescimento de fábricas/empresas/parques no estado	18/10/2013: UMA FÁBRICA A CAMINHO
	20/10/2013: RN TERÁ 1º PARQUE TECNOLÓGICO DE ENERGIA
	08/11/2013: INDIANOS QUEREM PRODUZIR CIMENTO NO ESTADO

Tabela 5: Exemplos de chamadas da categoria “Economia”



4.5. Cultura

A categoria “Cultura” teve 21 chamadas, 7% do total. O *Novo Jornal*, quanto a esta categoria, prioriza os eventos culturais que acontecem em Natal. Observamos isso ao verificar que os três temas com maior incidência nesta categoria são sobre eventos culturais. O I Circuito Gastronômico de Natal foi publicado em 06 chamadas no período analisado. A Flin⁸ apareceu 03 vezes na primeira página, mesma quantidade de ocorrências sobre a participação do cartunista Maurício de Sousa na Cientec⁹.

TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
I Circuito Gastronômico de Natal	23/11/2013: GASTRONOMIA SEGUE COMO A BOA DO FIM DE SEMANA
Flin	09/11/2013: Caetano Veloso é o Flin
Maurício de Sousa; Turma da Mônica (Cientec)	22/10/2013: CIENTEC COMEÇA HOJE COM DIREITO A MAURÍCIO DE SOUZA

Tabela 6: Exemplos de chamadas da categoria “Cultura”

4.6. Ciência

Quanto à categoria “Ciência”, houve apenas 04 registros no conjunto analisado, o que corresponde a pouco mais de 1% das chamadas. Destas, 03 se referem a curas ou tratamentos de doenças.

TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
Curas; tratamentos de doenças	23/10/2013: UM MÉTODO QUE AJUDA NA CURA DO AUTISMO
	30/10/2013: Autonomia na ponta da mente
	06/11/2013: CORAL É A NOVA ESPERANÇA NA LUTA CONTRA SUPERBACTÉRIA
Outros estudos	20/11/2013: Pesquisa explica a ciência do desejo

Tabela 7: Exemplos de chamadas da categoria “Ciência”

⁸ Feira Literária de Natal

⁹ Semana de Ciência, Tecnologia e Cultura, promovido pela UFRN.



4.7. Moda

A categoria “Moda” conta com 02 chamadas no período analisado, que se referiam à coluna *Lifestyle*.

TEMA	EXEMPLOS DE CHAMADAS
Coluna <i>Lifestyle</i>	24/10/2013: Vamos combinar: verão também pode ter grafismos em preto e branco
	31/10/2013: NO SPFW, UMA PERFORMANCE PARA FECHAR A PAULISTA

Tabela 8: Exemplos de chamadas da categoria “Moda”

5. Considerações finais

Em contraponto aos estudos iniciais no Jornalismo, cuja primeira teoria pregava a notícia como um espelho da realidade, novas correntes teóricas derrubaram tal conceito. A teoria do *newsmaking* traz o conceito de notícia enquanto construção da realidade. O jornalista é um *operário* na empresa jornalística e tem uma função específica na linha de produção da matéria (que vai do pauteiro ao editor). Porém, não é porque a notícia é uma construção que ela se torna ficcional; o jornalista dispõe nela aqueles aspectos da realidade do fato que ele conseguiu captar, posicionando-os de maneira que o seu relato estabeleça uma relação de fidelidade com o fato. Através da análise da primeira página do *Novo Jornal* foi possível observar a notícia enquanto construção. Os valores/notícia percebidos nas chamadas permitiram ratificar a posição deste jornal enquanto um veículo eminentemente natalense, tratando dos atores políticos locais e da vida cotidiana da cidade.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 3. ed. Tradução Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2004.

BARRETO, E. F. P. **Eleições para o governo do RN 2002: a cobertura do diário de Natal/O Poti; os discursos, as manchetes**. Natal: 2004. 361 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

FERNANDES, B. R. D. **A Teoria Clássica do Gatekeeper e do Newsmaking na Rádio: O caso da RDP**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2011.



SCHMITZ, A. A. **Fontes de notícias:** ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo:** Porque as notícias são como são. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2012. 2 v.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa.** 4. ed. Tradução Karina Jannini. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.