



O Atentado ao Charlie Hebdo: a Notícia-espetáculo e Relação Construída Entre Islamismo e Terrorismo¹

Kennedy Rosa da COSTA²

Gabriel Rodrigues Alves SANTOS³

Renata FERRARI⁴

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

A cobertura midiática realizada durante o atentado ao jornal francês Charlie Hebdo transformou a notícia em espetáculo. Por meio do agendamento, o periódico ficou conhecido mundialmente e o terrorismo virou pauta de discussões. No conteúdo veiculado sobre o caso, a imagem do terrorismo associa-se ao islamismo. O artigo traz uma reflexão sobre o espetáculo da notícia e analisa a reportagem “Imagem mostra terrorista se abraçando para comemorar atentado”, exibida pelo programa Fantástico. O objetivo é apresentar como a espetacularização pode instigar o preconceito aos povos islâmicos.

PALAVRAS-CHAVE: agendamento; Charlie Hebdo; espetacularização; islamismo; terrorismo.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta de maneira geral os estudos iniciais feitos por integrantes do grupo PET (Programa de Educação Tutorial) CNX (Conexões de Saberes): Educomunicação, Como forma de fomentar o debate sobre a atuação da mídia no processo de discussão de temas perante o público.

Para isso, esse artigo realiza uma reflexão inicial e está organizado da seguinte forma: na primeira parte discutiremos sobre as teorias do newsmaking e agenda-setting, relacionando com a atuação dos meios de comunicação e, com isso, trazemos conceitos sobre a espetacularização na mídia. Logo em seguida, apresentamos os grupos

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

² Estudante do 5º período do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e integrante do Programa de Educação Tutorial (PET) Conexões de Saberes: Educomunicação da Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: kennedyrdcosta@hotmail.com.

³ Estudante do 7º período do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e integrante do Programa de Educação Tutorial (PET) Conexões de Saberes: Educomunicação da Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: gabrielras@live.com.

⁴ Estudante do 7º período do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e integrante do Programa de Educação Tutorial (PET) Conexões de Saberes: Educomunicação da Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: ferrari_90@hotmail.com.



envolvidos no fato analisado: o jornal francês Charlie Hebdo; os povos islâmicos com ênfase nos indicados autores do atentado e, resultante disso, o preconceito ao islamismo; por fim, descrevemos a mídia brasileira que veiculou o objeto de análise escolhido, o programa semanal exibido aos domingos, Fantástico, produzido pela Rede Globo de Televisão. Com isso, analisamos a reportagem principal da edição do dia 11 de janeiro de 2015 e tecemos considerações acerca das informações observadas.

2 A NOTÍCIA NO JORNALISMO

2.1 Processos que envolvem a produção de uma notícia

Para que um fato seja noticiado, existem muitos processos que são realizados por jornalistas, algumas teorias da comunicação explicam como isto acontece uma delas é o *agenda-setting*.

Na *agenda-setting* (ou agendamento), o objetivo é direcionar a atenção dos leitores, ouvintes, telespectadores de uma notícia, por exemplo. As mídias apontam, por meio de suas seleções, quais os temas são de interesse coletivo. Nessa hipótese, considera-se que o fluxo de informação é aberto, diferente de teorias que a antecedem, nas quais pressupunha um processo fechado. Para Hohlfeldt (2001), agendamento só acontecerá de maneira eficiente:

quando houver um alto nível de percepção de relevância para o tema e, ao mesmo tempo, um grau de incerteza relativamente alto em relação ao domínio do mesmo, levando o receptor a buscar informar-se com maior intensidade a respeito daquele assunto (p. 199)

Com isso, Wolf (1985) afirma que os meios de comunicação mostram à audiência pautas para se formar uma opinião, discutindo. “O pressuposto fundamental do *agenda-setting* é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*” (Shaw, 1979 apud WOLF, 1985, p 62).

Para influenciar, a agenda deve ter um alto grau de relevância, grande exposição do receptor frente a ela, a fragilidade desse, no sentido de estar propício a mudança de ideia, ou que esteja com dúvidas perante o assunto, e ainda, o tipo de mídia que se veicula. Vale ressaltar que as pessoas que conversam sobre as pautas levantadas



pela mídia tem maior efeito da agenda jornalística do que daquelas que não mantêm essas conversas interpessoais (TRAQUINA, 2003).

Outro fator que envolve a construção de uma notícia é *newsmaking*. Ele está ligado à sociologia jornalística, à transformação dos acontecimentos em notícias, e à filtragem que esses profissionais fazem. A perspectiva dessa hipótese evidencia certo “ar” de autonomia e autossuficiência do jornalismo, devido a sua editoração, dramatização e seleção; sendo até mesmo as notícias denominadas como “estórias”, por se tratarem de construções narrativas. Nelson Tranquila (2003), citando Iyngar e Kinder, apresenta parte da análise destes, frente à agenda, destacando que “quanto mais o espectador está afastado do mundo dos acontecimentos públicos, mais forte é o poder de *agenda setting* dos noticiários televisivos” (TRAQUINA, 2003, p. 38).

Atrelado ao processo de *newsmaking* existe a teoria do *gatekeeper*. Segundo essa teoria, a produção de notícias está submetida a um controle de edição. O *gatekeeper* seria um indivíduo ou grupo que possui as informações e tem a responsabilidade de selecionar o que é mais importante e deve estar pautado na mídia. Todo o controle da informação está determinado nessa etapa, pois é a partir dela que conteúdos serão acrescentados ou excluídos. (WOLF, 1985)

As decisões tomadas pelo *gatekeeper* estão relacionadas muito mais a critérios profissionais e organizacionais do que a um simples gosto individual. A noticiabilidade de um fato, a eficiência, rapidez, são alguns fatores levados em consideração (ROBINSON, 1981 apud WOLF, 1985).

A partir das considerações tecidas sobre a hipótese do *agenda setting*, o *newsmaking* e a teoria do *gatekeeper* é possível refletir acerca da repercussão midiática do jornal francês Charlie Hebdo. Devido ao agendamento, o atentado sofrido pelos integrantes do jornal foi veiculado em todas as mídias, um jornal pequeno e desconhecido, de repente, virou notícia mundial.

Após os atentados de 11 de Setembro, comandados por Osama Bin Laden, membro da organização Al-Qaeda, a mídia começou uma guerra ao terrorismo. Todos os fatos se associam a ações de terroristas são amplamente noticiados, por isso, o ataque ao jornal transformou-se em um ícone, reforçando o medo. Contudo devemos nos ater que inerente ao processo de *gatekeeper* existe grupos dominantes que controlam alguns meios de comunicação e, portanto, publicam informações que mascaram seus interesses.

Como foi destacada, a notícia de Charlie Hebdo se espalhou rapidamente, cabe frisar que ela virou um espetáculo e o público acompanhou a tragédia com muitas



imagens chamativas, os fatos foram repassados com dramatização, tudo para prender a atenção das pessoas.

2.2 A espetacularização da notícia e a sociedade do espetáculo

As informações propagadas pelos meios de comunicação visam conquistar seu público-alvo. Assim, o que for considerado um atrativo com chances de aumentar a audiência certamente será notícia. Um dos *mass media* que mais trabalham com a questão da audiência é a TV e para isso, adaptam a linguagem com o intuito de alcançar diversos telespectadores.

Conforme Sodré (1996 apud CALDAS, 2008), a TV transforma textos originais que requerem um maior nível de compreensão em textos menos complexos e acessíveis a todos. Entretanto, essa prática contribui para um empobrecimento da linguagem. Os indivíduos faziam uma leitura crítica das obras originais, mas com as releituras da média eles se tornaram apenas receptores, passivos   cultura veiculada pelos *mass media*.

De acordo com os estudos de Sodré (1971 apud CALDAS, 2008), a televisão funciona como um sistema ou código no qual se relacionam estruturas ideológicas dominantes presentes no capitalismo. A TV é uma forma social na qual o emissor det m o controle e poder sobre os consumidores que apenas assistem o que é transmitido: “O veículo impõe ao receptor sua maneira especialíssima de ver o real” (1971 apud CALDAS, 2008, p.30). O sujeito é visto então como um ser alienado e passivo a tudo. Na sociedade contemporânea o conhecimento   uma arma valiosa e o seu controle pode resultar na ascensão ou declínio de grupos dominantes.

Refletindo acerca da ideologia e domina o exercida por aqueles que são as fontes de informa o, Sodré (1996 apud CALDAS, 2008) afirma que há uma despolitiza o dos sujeitos. A aquisi o de informa o deveria tornar os cidadãos mais conscientes e ativos politicamente, contudo a cada dia são mais passivos. Desse modo, a televisão se configura em uma estrutura de poder, na qual os telespectadores são homogeneizados, absorvendo apenas a cultura de massa. Ao contrário dos fen menos políticos que visam uma heterogeneidade de grupos e ideais, por meio da homogeneiza o, a TV torna-se detentora das informa o e do poder, pois pode conseguir influenciar a opinião pública.



Assim Sodré (1984 apud CALDAS, 2008) afirma que as formas de cultura dos *mass media* muitas vezes se vinculam ao Estado e pretendem persuadir com fins políticos. A participação política que os cidadãos possuem é imaginária, pois eles podem ser influenciados pelos *mass media*. A ilusão fornecida é de que a mídia está entretenendo e melhorando as massas quando na realidade está moldando suas concepções.

De acordo com Debord (2003) vivemos na sociedade do espetáculo. O espetáculo é uma representação daquilo que é real, ele é a sociedade e faz parte dela ao mesmo tempo em que a unifica. O autor cita que “não é um conjunto de imagens mas uma relação social entre pessoas mediatizada pelas imagens.” (DEBORD, 2003, p. 14).

A relação interpessoal é ilusória e não real, os indivíduos vivem de aparências. Esse tipo de sociedade é fruto do modo de produção capitalista, os trabalhadores são sujeitos alienados e passivos que são incentivados a consumirem mais e mais, promovendo a economia do Estado, ou seja, o lucro é principal motivador da espetacularização: “(...) ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu corolário — o consumo.” (DEBORD, 2003, p.15).

Debord (2003) critica a inércia à qual os trabalhadores estão submetidos. Para ele, o espetáculo separa o ser humano do seu potencial criativo, existe apenas uma submissão às informações e ao consumo das mesmas:

(...) quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece nisto, os seus próprios gestos não são seus, mas de um outro que lhes apresenta. (DEBORD, 2003, p.26)

Tal passividade distancia o consumidor de uma atividade produtiva. A capacidade de solucionar conflitos não é acionada, pois, a atenção não é mais voltada para executar ações de resolução e sim para o conformismo.

A espetacularização descrita por Debord (2003) está presente na mídia quando em determinados casos, ao noticiar um fato é sensacionalista e exagera na exposição de personagens ou celebridades. O jornalismo apropria-se dessa espetacularização e utiliza modelos fictícios para contar fatos reais, dramatizando-os. Assim, a realidade ficcional



se mistura à real e é comum o público se deparar com notícias sobre mortes, atentados, etc., como afirma Kellner (2004):

Os conflitos sociais e políticos estão cada vez mais presentes nas telas da cultura da mídia, que apresentam os espetáculos de casos sensacionalistas de assassinatos, bombardeios terroristas, escândalos sexuais envolvendo celebridades e políticos, bem como a crescente violência da atualidade. (KELLNER, 2004, p.5)

Para Kellner (2004) os espetáculos são fenômenos da cultura da mídia que determinam comportamentos sociais. Neles se destacam acontecimentos noticiados com certa extravagância. O cotidiano passa a ser construído por essa cultura midiática e pela sociedade de consumo. As imagens antes consideradas agressivas são assistidas como uma forma de entretenimento.

Conforme Kellner (2004) a TV tem apresentado diversos espetáculos, seja em filmes, séries ou jornais; mas atualmente, o consumo não está relacionado apenas a este meio de comunicação. Com o avanço das tecnologias vivemos os espetáculos se expandem e surgem megaespetáculos, espetáculos interativos e espetáculos virtuais no ciberespaço. O avanço dos recursos tecnológicos possibilita o desenvolvimento de novas formas de mídia e novos formatos para os espetáculos.

3 ENTENDENDO O CASO

Para o desenvolvimento desse artigo, é necessário entender quem são os sujeitos/instituições envolvidos no atentado. O próprio jornal Charlie Hebdo é um deles, sendo também os indivíduos acusados do atentado (e por desdobramentos, os muçumanos de maneira ampla) e, a mídia brasileira, o programa Fantástico da Rede Globo.

3.1 Charlie Hebdo

Charlie Hebdo é um jornal francês satírico esquerdista que tem como principais temáticas política, religião, polícia, entre outros. O periódico remonta as publicações precedentes a Revolução Francesa que satirizavam Maria Antonieta. Nessa época os



alvos eram membros da família real que eram retratados em ilustrações que denunciavam atos corruptos ou de imoralidade (BBC, 2015)

O jornal, já teve diversos nomes. Em 1969, a revista se chamava *Hara-Kiri Hebdo*. Em 1970, um incêndio em uma boate deixou 146 mortos, entre os falecidos estava o presidente francês Charles Gaulle. Na capa de *Hara-Kiri* o título era: “Baile trágico em Colombey (a localidade onde o general morreu): um morto”. Por ironizar a morte do presidente francês, as autoridades proibiram a circulação da revista. Mas, alguns integrantes o relançaram com um novo nome: Charlie Hebdo (BBC, 2015).

O jornal com o nome de Charlie Hebdo foi criado com traços editoriais característicos de Hara- Kiri, porém com a inserção de quadrinhos. E dos quadrinhos que deriva o seu novo nome, que vem de Charlie Brown, o Charlie dos Peanuts, as tirinhas americanas de Charles Schulz (CARTA CAPITAL, 2015).

Em 1981, ele foi suspenso por falta de recursos financeiros e em 1982 foi publicado novamente. No ano de 2011, o jornal produziu uma sátira sobre Maomé e a lei islâmica que se intitulava “Charia Hebdo”. Após essa publicação a sede sofreu um atentado com uma bomba incendiária. O episódio, no entanto não deixou feridos.

O jornal Charlie Hebdo ficou conhecido internacionalmente em 2015, quando publicou novamente caricaturas de Maomé e sofreu um ataque terrorista no dia 07 de janeiro. Dois irmãos, Cherif e Said Kouachi invadiram o local e atiraram com rifles deixando doze mortos, entre eles, os principais cartunistas do jornal.

Uma semana após o atentado, Nasser Al-Anassi, líder da Al Qaeda declarou publicamente que o ataque feito pelos irmãos Kouachi ao jornal, foi financiado pela organização islâmica. (VEJA, 2015)

No dia 05 de Maio de 2015, o jornal humorístico Charlie Hebdo recebeu o prêmio PEN, nos EUA, pela liberdade de expressão. O editor chefe Gérard Biard e o crítico ensaísta Jean- Baptiste Thore foram aplaudidos e ovacionados em meio a um cenário de críticas e debates sobre o recebimento do prêmio. A entrega foi realizada sob um forte esquema de segurança. (G1, 2015)

3.2 Islamismos e a Mídia

O povo islâmico surgiu em VII d.C nas regiões da Península Arábica. O que iniciou a religião foi a peregrinação de Maomé e seus discípulos de Meca para Medina. Após se consolidar na Península Arábica se expandiu para África, Índia, Sudeste



Asiático e se inseriu na Europa. Devido a esse avanço territorial, o Islã é seguido atualmente por povos com diferentes culturas como árabes, turcos e persas. (ARAÚJO; EVANGELISTA, 2010)

A representação que a mídia faz dos povos islâmicos é preconceituosa, eles são vistos como terroristas. Segundo Chomsky (2003) o terrorismo é definido pelo exército americano como “a ameaça calculada ou uso da violência para obter metas políticas, religiosas ou ideológicas, conduzidas através da intimidação e da disseminação do medo”. Desde os atentados aos de 11 de setembro com a queda do World Trade Center, é comum ouvir a palavra terrorismo.

A mídia dissemina a imagem do terrorismo e a associa erroneamente aos islâmicos. Para Araújo e Evangelista (2010) a mídia veicula estereótipos que associam o terrorismo ao islamismo e ao fundamentalismo. As mensagens transmitidas contribuem para a caracterização dos muçulmanos, e do Oriente Médio, como um lugar de cultura atrasada, rígida, irracional e população de terroristas. As autoras defendem que entender o terrorismo e suas implicações é muito mais complexo do que a simples e equivocada imagem que os *mass media* retratam. De acordo com Araújo e Evangelista (2003) nem todo terrorista é necessariamente muçulmano.

A relação que a mídia mantém com as notícias sobre atos terroristas é de espetacularização. Cardoso (2006) afirma que os jornalistas, após o atentado de 11 de setembro, escreveram para impressionar a população e aumentar o medo aos grupos terroristas. A consequência dessa espetacularização da notícia é tornar intrínseca a relação no imaginário coletivo entre a religião islâmica e o terrorismo, como afirma Gomes (2013, p. 1) o “discurso jornalístico internacional [representa o] muçulmano na contemporaneidade como aquele Outro, diferente e muitas vezes ‘encrenqueiro’ e ‘fundamentalista’”.

3.3 O programa Fantástico

No ar desde cinco de agosto de 1973, o programa de grade da Rede Globo de televisão “Fantástico” é conduzido em formato de uma “revista eletrônica” que entrelaça jornalismo, investigação, prestação de serviços, humor, documentários, dramaturgia, música, ciência, entre outros.

Atualmente a revista é comandada pelos apresentadores e jornalistas Tadeu Schmidt e Poliana Abritta, sendo apresentado todos os domingos, às oito e quarenta e cinco da noite, com aproximadamente duas horas de duração e divisão em sete blocos.

4 CHARLIE HEBDO: ESPETACULARIZAÇÃO DO TERROR

Para analisar a representação midiática e a espetacularização que a mídia fez em torno do caso do jornal Charlie Hebdo, optou-se pela seleção da reportagem “Imagem mostra terrorista se abraçando para comemorar atentado”. A matéria foi produzida pelo programa “Fantástico” da Rede Globo de Televisão, e exibida no dia onze de janeiro de 2015, quatro dias após o atentado, tendo nove minutos e 46 segundos de duração.

O texto da reportagem é iniciado pelos apresentadores do “Fantástico”, contando as vinte mortes resultantes do atentado. O jornalista inicia narrando: “Tiros. Correria. Pânico nas ruas de Paris”. Na sequência aparece uma simulação de como o fato ocorreu. Com gráficos que mostram imagens e movimentos detalhados, a simulação dá a impressão aos telespectadores de que estão assistindo não a uma notícia, e sim, a filme de suspense. O espetáculo começa.



FANTÁSTICO, 2015

São narradas cada ação dos terroristas, a foto dos trabalhadores que foram mortos, também está presente. O fundo musical contribui para o clímax de suspense. Como se não bastasse a simulação, toda a trajetória de fuga é exibida com imagens reais



dos terroristas. A imagem que chama a atenção é a de um terrorista atirando em um policial ferido que estava no chão.

O “Fantástico” exibe um vídeo de celular produzido pelo jornalista francês Martin Boudot com o exato momento em que os terroristas se abraçam, comemorando os assassinatos e depois, inicia-se um tiroteio com os policiais. A dramatização continua com depoimentos de entrevistados, a identificação dos atiradores, os irmãos Kouachi e seu parceiro Amedy Coulibaly, a ação policial que resultou na morte dos terroristas.

Exemplo nítido do que Debord (2003) e Kellner (2007) afirmam sobre a espetacularização da mídia, a reportagem do “Fantástico” transforma-se em uma forma de entretenimento. Surgem figuras de vários policiais, tropas do exército, armas pesadas, pessoas feridas. E esse caos deve ser questionado, pois exalta a violência que é consumida pelos que assistem ao espetáculo.

O atentado ocorreu em resposta à charge que o jornal Charlie Hebdo publicou sobre Maomé. Segundo a religião islâmica não são admitidas reproduções da imagem do profeta. A repercussão que o caso teve na mídia é anunciada na reportagem do “Fantástico”, cenas de inúmeras pessoas apoiando o jornal e fazendo homenagens às vítimas, com a frase que se popularizou: “Je suis Charlie”.

O caso Charlie Hebdo e sua cobertura exagerada realizada pela reportagem “Imagem mostra terrorista se abraçando para comemorar atentado”, corroboram para o aumento da discriminação dos povos islâmicos. Ao relatar os fatos, associam o terrorismo ao islamismo, criando uma generalidade. Existem duas referências à religião durante a reportagem, a primeira é durante a simulação com a seguinte frase: “Sigolène Vinson fica sob a mira do fuzil. Os terroristas dizem que não vão matá-la porque ela é mulher e mandam que ela se converta ao islamismo”.

Como é uma simulação, a reportagem não deixa claro aos telespectadores se a frase é verídica ou apenas ficção. Mesmo supondo que ela seja ficcional, causa inferências de que o islamismo é uma religião ditatorial e seus adeptos são terroristas. Existe ainda outro momento no qual a religião aparece. Um dos entrevistados, o jornalista Martin Boudot, afirma ter ouvido os atiradores dizerem “Nós vingamos o profeta.”.

O telespectador que assiste à reportagem pode concluir que o Islã é uma religião opressora e que mata em nome de seu Deus. O único dado fornecido sobre quem são os terroristas é uma frase de um deles afirmando pertencer a organização Al Qaeda. A organização utiliza a religião para alcançar seus interesses agindo



separadamente, não significando que todos os muçulmanos sejam membros, e consequentemente, terroristas. Nenhum dado é explicado sobre as origens do islamismo e suas diversas ramificações. O público não é informado de que uma minoria pratica atos violentos, enquanto a maior parcela dos islâmicos abominam tais atitudes.

Conforme dados da Globonews (2015), a França é o país que tem a maior população islâmica da Europa Ocidental, totalizando quatro milhões. Essa população em geral é de classe média a baixa. A representação negativa de povos muçulmanos que a repercussão midiática trouxe a partir do caso Charlie Hebdo reflete no aumento da xenofobia.

Quando as pessoas não procuram obter outras fontes de informação e confiam apenas no que os *mass media* veiculam por meio da *agenda setting*, elas são facilmente convencidas de que o islamismo é algo ruim, que precisa ser exterminado. A religião em si, não prega o terror, este é feito por grupos específicos com interesses políticos que aproveitam da fé para doutrinar pessoas a cumprir suas vontades, e, sobretudo, pela mídia que fomenta uma visão equivocada e generalista dos adeptos ao Islã.

A representação de um povo opressor, atrasado e terrorista era feita nas charges do jornal Charlie Hebdo. A polêmica em torno das publicações do jornal deve ser debatida. Discute-se a liberdade de expressão, que é um direito, todavia, pouco se fala sobre o respeito às diversidades culturais. É certo que, a morte de inocentes não justifica a resposta a qualquer charge publicada pelo periódico francês. Mas será que a intolerância religiosa provém apenas dos extremistas ou as charges também denotam intolerância ao islamismo?

Ao fazerem piada do profeta Maomé e vincular o terrorismo ao islamismo sem mostrar outras facetas da religião (assim como fazia de outras), o jornal Charlie Hebdo cria uma identidade única para o povo muçulmano. Assim, tal homogeneidade não demonstra respeito com aqueles que não pertencem aos grupos extremistas e sofrem retaliações injustamente.

5 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho é uma reflexão inicial com base nas discussões dos estudantes de Jornalismo que pertencem ao grupo PET (Programa de Educação Tutorial) CNX (Conexões de Saberes): Educomunicação. A ideia de espetacularização vem de encontro



às observações que o grupo faz sobre a postura da mídia na sua reprodução de conteúdo e na hierarquização de pautas.

O caso do atentado ao jornal francês Charlie Hebdo, no início do ano de 2015, gerou grande repercussão na mídia e no público, enquanto outros fatos deixaram de ser noticiados, para que este tomasse grande parte do espaço dos telejornais, publicações impressas e internet, naquele período. Então, é importante buscar compreender o que está por trás desse processo. É somente o processo jornalístico, o acesso e a proximidade dos jornalistas, ou também há outros interesses - políticos, sociais e econômicos?

A análise que é feita da matéria busca entender essa relação feita entre os jovens indicados como terroristas, serem muçulmanos. Isso entendendo que a França, por ter uma grande população islâmica, possui muitos grupos xenofóbicos que se pautam nesse fato para aumentar suas investidas contra o grupo religioso.

Nesse mesmo ano, em 24 de março, foi notícia, a queda do Airbus A-320 da companhia Germanwings, que as investigações indicaram que o co-piloto provocou a queda do avião nos alpes franceses. Pouco se investigou sobre a religiosidade do sujeito, caso fosse muçulmano muito provavelmente seria um dos aspectos mais comentados pela mídia. Mas as informações ressaltadas dizem a respeito ao acompanhamento psicológico e psiquiátrico, sua depressão e tendências suicidas. Ele ter provocado a queda do avião e, com isso, matando todos os 150 ocupantes, hora nenhuma foi tratado como prática terrorista.

Obviamente, salvo as devidas proporções e o processo de investigação, há um processo de demonização do islamismo, sempre vinculando os terroristas como representantes de toda uma religião. Como muitas outras, o islamismo também é subdividido. Os grupos mais conhecidos são os xiitas e sunitas. Cristãos são divididos: há os católicos (tem os apostólicos romanos, carismáticos e os ortodoxos), os protestantes (que também se subdividem em luteranos, tradicionais, pentecostais, neopentecostais), entre tantas outras.



REFERÊNCIAS

AL QAEDA do Iêmen reivindica responsabilidade por ataque ao 'Charlie Hebdo. **Veja**, Mundo Ásia. **Veja**, São Paulo, Janeiro, 14.2015. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/mundo/al-qaeda-do-iemen-reivindica-responsabilidade-por-ataque-ao-charlie-hebdo/>> Acesso em: 10.maio. 2015.

ARAÚJO, Patrícia Vargas Lopes de; EVANGELISTA, Michele Aparecida. Terrorismo e Mídia em V de Vingança: O terrorista e sua representação. **História, imagem e narrativas**, , n. 10, p- 01-30, abr. 2010. Disponível em: <<http://www.historiaimagem.com.br/edicao10abril2010/vdevinganca.pdf>> Acesso em : 10. maio.2015.

CALDAS, Paulo Cirne de. Televisão e Poder na Leitura de Muniz Sodré. **Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 10, p.27-32, jun. 2015. Semestral. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_10/contemporanea_n10_paulo_cirne.pdf>. Acesso em: 10 maio 2015.

CARDOSO, Anelise Zanoni. **Terrorismo e liberdade de imprensa: estudo comparado do efeito do ato terrorista em uma amostra segmentada do clima de opinião pública gaúcho e norte-americano**. 2006.156f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) — Programa de Pós Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul faculdade de comunicação social, Porto Alegre, 2006. Disponível em: <<http://meriva.pucrs.br/dspace/handle/10923/2189>> Acesso em: 12.maio. 2015.

CHARLIE Hebdo, a revista irreverente e ameaçada pelas charges de Maomé. **Carta Capital**. Internacional. 07 jan. 2015. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/internacional/charlie-hebdo-a-revista-irreverente-e-ameacada-pelas-charges-de-maome-8116.html>> Acesso em : 10 maio 2015.

CHARLIE Hebdo: sátiras escrachadas são marca de revista atacada. **BBC Brasil**. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2015/01/150106_perfil_revista_ru> Acesso em 10 maio .2015.

CHOMSKY, Noam. Mídia, terrorismo e (des) informação. **Famecos**.Porto Alegre, nº.22, p-117-125,2003. Quadrimestral. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/viewFile/239/183>>Acesso em: 10.maio.2015.

DEBORD, Guy. A sociedade do espetáculo. 2003. *Digitalizado para pdf por Fonte* (2009). Disponível em: <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>> Acesso em: 12. mai. 2015.

GLOBO Comunicações e Participações S.A. **Memória Globo: Fantástico**. Disponível em: <<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/programas-jornalisticos/fantastico.htm>>. Acesso em: 11 maio 2015.



GOMES, Ingrid. Esporadicidades do Outro islã no jornal Estado de S. Paulo. In: **Anais do XVIII Congresso de Comunicação da Região Sudeste**. Bauru/SP: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/>>. Acesso em: 10 maio 2015.

HOHLFELDT, A. *Hipóteses contemporâneas de pesquisa em Comunicação*. In: HOHLFELDT, Antonio; et all. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. São Paulo: Vozes, 2001, p. 187-240.

IMAGEM mostra terroristas se abraçando para comemorar atentado. **Fantástico**. Rio de Janeiro: Globo, 11 de janeiro 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2015/01/imagem-mostra-terroristas-se-abracando-para-comemorar-atentado.html>>. Acesso em: 10 maio 2015.

KELLNER, Douglas. A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo. **Líbero**, v. 6, n. 11, 2007.

MAIEROVITCH, Wálter. Charlie Hebdo, a revista irreverente e ameaçada pelas charges de Maomé. **Carta Capital**. São Paulo, 08 jan. 2015. p. 0-0. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/833/alem-do-charlie-hebdo-5978.html>>. Acesso em: 10 maio 2015.

SOB forte segurança, 'Charlie Hebdo' recebe prêmio PEN nos EUA. **G1**. Mundo. 06 mai. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/05/sob-forte-seguranca-charlie-hebdo-recebe-premio-pen-nos-eua.html>> Acesso em : 10 maio 2015.

TRAQUINA, N. A redescoberta do poder do jornalismo: análise da evolução da pesquisa sobre o conceito de agendamento (agenda-setting). In: **O Estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação** .8ª ed. Lisboa, Portugal: Editorial Presença, 1985. Disponível em : <http://jornalismoufma.xpg.uol.com.br/arquivos/mauro_wolf_teorias_da_comunicacao.pdf>. Acesso em: 10 maio 2015.