

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN – FAMECOS

CURSO DE JORNALISMO

VITOR DE FRAGA BASSOTTO

A COBERTURA TELEJORNALÍSTICA DE ACIDENTES COM PERSONALIDADES

PÚBLICAS: A MORTE DE MARÍLIA MENDONÇA

PELA REDE GLOBO

Porto Alegre

2022

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

VITOR DE FRAGA BASSOTTO

**A COBERTURA TELEJORNALÍSTICA DE ACIDENTES COM
PERSONALIDADES PÚBLICAS: A MORTE DE MARÍLIA MENDONÇA
PELA REDE GLOBO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Cristiane Finger

Porto Alegre

2022

VITOR DE FRAGA BASSOTTO

**A COBERTURA TELEJORNALÍSTICA DE ACIDENTES COM
PERSONALIDADES PÚBLICAS: A MORTE DE MARÍLIA MENDONÇA
PELA REDE GLOBO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof. Dra. Cristiane Finger

BANCA EXAMINADORA:

Profa. Dra. Cristiane Finger — PUCRS

Prof. Dr. Fabio Canatta — PUCRS

Prof. Dr. Silvio Barbizan — PUCRS

Porto Alegre

2022

AGRADECIMENTOS

Concluir ciclos sempre é difícil. Ainda mais no momento que passamos, com uma pandemia que impossibilitou a mim e a todos os estudantes e colegas o convívio diário presencial do ambiente da Universidade e nos obrigou a ficar em casa.

Para mim, esse momento trouxe reflexões, é claro, mas dificuldades também. Um semestre antes do início da pandemia, em agosto de 2019, optei pela troca de universidade. A mudança da Unisinos – em que estive entre fevereiro de 2018 a agosto de 2019 – para a PUCRS foi um momento muito complicado principalmente para a minha readaptação a todo o ambiente da Famescos/PUCRS, aos professores e aos colegas.

Com a pandemia, essa readaptação foi ainda mais difícil. Tivemos todos de ficar por quase dois anos de aulas integralmente remotas.

Tudo isso, porém, foi possível ser vencido por conta do apoio de pessoas que desde o começo da minha vida estiveram comigo: os meus pais, Vasco Bassotto e Vera Bassotto e de meus irmãos Vinicius e Caroline Bassotto. Agradeço a eles todo o incentivo nos momentos mais complicados ao longo desta jornada da graduação.

Uma jornada de mais tempo do que o previsto, de cinco anos, justamente por conta da minha transferência de faculdade, mas que, por um lado, contribuiu para me tornar um estudante e, agora formando em Jornalismo, mais preparado para os desafios desta profissão.

Sem deixar de fora, queria agradecer a todos os professores tanto da Unisinos, e especialmente os da Famescos/PUCRS, que muito me ajudaram não só nas suas disciplinas, mas me orientando em decisões de carreira importantes. Aqui dedico, especialmente, à minha orientadora desta monografia, Cristiane Finger, a prof. Finger, que desde o começo do semestre, em agosto de 2022, até os momentos finais deste período do temido “TCC”, me trouxe a sua tranquilidade, seu conhecimento e o seu engajamento com a minha ideia.

Saber que o Trabalho de Conclusão de Curso está sendo vencido é uma alegria tamanha: a realização do trabalho, a preparação para a banca e o cumprimento de prazos são desafios muito complicados na vida de qualquer estudante, com uma grande responsabilidade em concluir a etapa da graduação da melhor maneira possível. E está acabando!

RESUMO

Na presente monografia será analisada a cobertura jornalística da tragédia aérea que ocasionou a morte da cantora Marília Mendonça em programas jornalísticos e de entretenimento específicos da Rede Globo. O objetivo deste trabalho é identificar como personalidades públicas têm visibilidade no telejornalismo do Brasil quando do seu falecimento e a relação entre o telejornalismo tradicional e a expansão das redes sociais. A cobertura se estendeu entre os dias 5 de novembro de 2021 e 7 de novembro de 2021 e foi veiculada em diferentes programas, incluindo: *Plantão Globo*, *Boletim JN* e *Jornal Nacional* dos dias 5 e 6 de novembro; *É de Casa* do dia 6 de novembro; e o enterro da cantora em 7 de novembro de 2021. Para efeito de análise, porém, serão abordados, nesta monografia, somente os programas *É de Casa* e *Jornal Nacional*, do dia 6 de novembro. Este estudo será construído por meio do conceito de Análise de Conteúdo de Bardin (2011), a partir das seguintes categorias: a morte de Marília, a sua carreira, a repercussão para os fãs e famosos e o velório da cantora. Como fundamentação a esta pesquisa serão utilizados autores como Karan (1997), Abramo (1998) e Christofolletti (2012), para elucidar as questões éticas envolvendo a cobertura. Para um olhar mais específico da televisão e do seu papel e importância para o telejornalismo brasileiro, serão levados em análise os conceitos elaborados por Ferrés (1968), Wolton (1996) e Paternostro (2006). Além desses autores, Campella (2011), Traquina (2013) e Miranda (2016) servirão de apoio à compreensão das relações entre morte, televisão e celebridades.

Palavras-chave: Telejornalismo; celebridades; tragédia; Rede Globo; Marília Mendonça; ética; redes sociais.

ABSTRACT

This monography is intended to analyze the journalistic coverage by Globo Network of the aircraft tragedy which led to the death of the singer Marília Mendonça. The objective of this study is to identify how public personalities have visibility on the Brazilian Telejournalism when they died and the relation of mainstream telejournalism with the expansion of the social media. The coverage took place from November 5th to November 7th, 2021 and was broadcast in different programs, including *Plantão Globo*, *Boletim JN*, and *Jornal Nacional* in November 5-6, 2021, *É de Casa* of November 06 and the singer's funeral on November 7, 2021. For the purposes of analysis, however, only the programs *É de Casa* and *Jornal Nacional*, from the 6th of November, will be addressed in this monograph. This study will be built according to the concept of Content Analysis of Bardin (2011) and the detailed categories are: the Marília's death, her career, the impact for fans and celebrities and the singer's wake. The theoretical fundamentals of this research are the concepts issued by Karan (1997), Abramo (1998) and Christofolletti (2012) for the ethical matters related to the journalistic coverage. For a more specific perspective related to the television and its role and significance to the Brazilian Telejournalism the concepts of Ferrés (1968), Wolton (1996) and Paternostro (2006) were used. Besides the above authors, Campella (2011), Traquina (2013) and Miranda (2016) will support the comprehension of the relations between death, television, and celebrities.

Keywords: Telejournalism; celebrities; tragedy; Marília Mendonça; Globo Network; ethic; social media.

LISTA DE FIGURAS/GRÁFICOS/QUADROS

Figura 1 – Tweet Choquei	33
Figura 2 – Tweet Choquei	33
Figura 3 – Tweet UOL	34
Figura 4 – Tweet AFP Checamos	35
Quadro 1 – Reportagens e sonoras Marília.....	44
Gráfico 1 – Matérias Marília & Outros - <i>Jornal Nacional</i>	45
Gráfico 2 – Reportagens Marília - <i>Jornal Nacional</i>	46
Gráfico 3 – Cobertura Marília & Outros – <i>É de Casa</i>	48
Figura 5 – Divulgação Show Marília 31 de Outubro de 2021 – <i>Jornal Nacional</i>	54
Figura 6 – Saída corpo Marília funerária – <i>É de Casa</i>	54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Análise de Conteúdo
AFP	Agência France Press
ANAC	Agência Nacional da Aviação Civil Brasileira
ANATEL	Agência Nacional de Telecomunicações
CENIPA	Centro de Investigação e Prevenção de Acidentes Aeronáuticos
CETIC	Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade de Informação
CGI	Comitê Gestor da Internet no Brasil
CIOSP	Centro Integrado de Operações de Segurança Pública
DAC	Departamento de Aviação Civil
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
GE	Globo Esporte
IML	Instituto Médico Legal
Injet	Rede de Jornalismo Internacional
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PSB	Partido Socialista Brasileiro
RBHA	Regulamento Brasileiro de Homologação Aeronáutica
SBT	Serviço Brasileiro de Televisão

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	O TELEJORNALISMO E AS TRANSIÇÕES NO FORMATO DE COMUNICAÇÃO	12
2.1	AS ROTINAS DE PRODUÇÃO E O PAPEL DO JORNALISTA EM COBERTURAS DE TRAGÉDIA.....	17
2.1.2	O comportamento do repórter em situações de tragédias	20
2.2	A MORTE DE PERSONALIDADES EM ACIDENTES AÉREOS	23
3	CELEBRIDADES E O RELACIONAMENTO COM A MÍDIA	26
3.1	O USO DAS REDES SOCIAIS E O RISCO DA DESINFORMAÇÃO	28
3.2	O CASE MARÍLIA MENDONÇA.....	31
3.2.1	O Acidente.....	32
3.2.2	As redes sociais e a desinformação no caso.....	33
3.3	O RESPEITO AO LUTO E À ÉTICA JORNALÍSTICA.....	37
3.4	A RAZÃO E A EMOÇÃO NO JORNALISMO DE INFOTENIMENTO.....	40
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	42
4.1	AC.....	42
4.2	DESCRIÇÃO DO OBJETO.....	43
4.3	ANÁLISE DO OBJETO.....	49
4.3.1	A morte de Marília.....	49
4.3.2	A carreira de Marília.....	50
4.3.3	Os fãs e famosos	52
4.3.4	O velório	54
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
	REFERÊNCIAS	59

1 INTRODUÇÃO

O telejornalismo de hoje não é mais o de anos atrás: os formatos dos programas, a linguagem e os recursos modificaram-se drasticamente. Paralelo a isso, a convergência tecnológica vivida nos dias de hoje, em que priorizar o público para o qual a informação está sendo passada, tornou-se peça-chave de sucesso. A transformação do telejornalismo convencional, com a introdução de técnicas de reportagem e apresentações de programas, de formas diferenciadas, proporcionou o crescimento e a importância cada vez maior da televisão. Juntamente com a televisão, o advento da internet proporciona novas formas de comunicar um fato: com maior agilidade, checagem e responsabilidade.

De todo modo, a televisão também dá espaço a situações que, muitas vezes, expõem o que há de mais frágil no ser humano e no seu processo final de vida: a morte. A morte de uma pessoa famosa, uma celebridade, carrega um peso ainda maior para o jornalismo. Tanto a morte quanto a celebridade são valores-notícia do jornalismo, pois, segundo Wolf (2010), é com eles que se hierarquizam e selecionam os principais acontecimentos dentro de uma notícia; eles estão relacionados, também, com a produção e a difusão dos fatos.

Essa relação se dá de maneira intrínseca na cobertura da morte de Marília Mendonça. A cantora iniciou sua carreira em 2014 interpretando músicas próprias e produzindo letras para outros artistas, e alcançou o sucesso em 2016, quando lançou o seu primeiro álbum, com a música *Infiel*. A artista foi ganhando notoriedade em todo o cenário do sertanejo no Brasil, chegando a criar um subgênero, o *feminejo*, e atingindo milhares de fãs por todo o país.

Entretanto, em 5 de novembro de 2021, aos 26 anos de idade, Marília Mendonça teve a sua carreira interrompida por um trágico acidente aéreo na cidade mineira da Caratinga, local onde realizaria mais um show. A repercussão do acidente envolvendo Marília e mais quatro ocupantes – Henrique Ribeiro, produtor de Marília; Abiciele Dias Filho, tio e assessor da cantora; Geraldo Martins Junior, piloto da aeronave; e Tarciso Pessoa Viana, copiloto da aeronave – foi veiculada por diferentes emissoras televisivas, porém foi na Rede Globo que a morte ganhou um maior destaque. A emissora foi a primeira a levar uma equipe de reportagem ao local do acidente, com o repórter Hérisher Matias, no meio da tarde do dia 5 de novembro. A

Globo passou a dar praticamente de forma integral o espaço à cobertura da morte da cantora: do *Boletim JN* e *Plantão Globo* até o *Jornal Nacional* e *Jornal da Globo*.

No dia seguinte, 6 de novembro, o acidente ganhou espaço logo cedo pela manhã no programa *É de Casa*, e à noite, no *Jornal Nacional*. Esses dois programas, de formatos diferentes, prezando, respectivamente, pelo entretenimento e pelo caráter informativo, cobriram o fato sob óticas semelhantes em alguns aspectos, mas diferentes em outros.

Assim, no segundo capítulo desta monografia – *O Telejornalismo e as transições no formato de Comunicação* –, será demonstrado como o telejornalismo irá se estruturar em fases, adequando-se às transições tecnológicas e aos avanços da Comunicação, e modificando a sua relação de consumo do mercado televisivo pelo público.

O subcapítulo *As Rotinas de Produção e o papel do jornalista em cobertura de tragédia* tratará de apresentar como se dá o “caminho da notícia”, com os seus processos de apuração e de construção do fato até a materialização jornalística. Já no subcapítulo *O Comportamento do Repórter em situações de tragédia*, será detalhada a forma como as notícias de tragédias ganham espaço na televisão e quais os papéis do repórter na transmissão da informação correta e credível ao público. Por fim, o subcapítulo *A Morte de Personalidades em Acidentes Aéreos* irá traçar um retrospecto de grandes tragédias que tiveram espaço no telejornalismo e como foram avaliadas pela mídia.

O terceiro capítulo irá tratar do aspecto da celebridade e o seu relacionamento com a mídia e como é construída a figura da celebridade pela mídia. É dessa forma que será levado em conta o uso das redes sociais, principalmente nos dias atuais, com a proliferação de notícias falsas e a potencialização da desinformação. Adicionalmente, buscar-se-á ampliar aspectos relevantes do acidente aéreo de Marília Mendonça, traçando um histórico do acidente e a relação do luto, bem como o cumprimento da ética jornalística a partir, principalmente, da exposição de imagens e informações. Por fim, far-se-á um paralelo entre o jornalismo de informação, mais objetivo e racional, e o jornalismo de entretenimento, mais livre e de interesse público.

No quarto e último capítulo, será apresentada uma análise da cobertura da Globo realizada pelos programas *Jornal Nacional* e *É de Casa* do dia seguinte à morte de Marília Mendonça, dia 6 de novembro de 2021. Utilizando a Análise de Conteúdo de Bardin (2011), foram elaboradas e avaliadas as categorias: morte da cantora,

carreira de Marília, fãs e famosos, e velório, evidenciando as principais características, semelhanças e diferenças dos conteúdos dos dois programas anteriormente citados e possibilitando definir as conclusões centrais da presente monografia.

2 O TELEJORNALISMO E AS TRANSIÇÕES NO FORMATO DE COMUNICAÇÃO

O telejornalismo brasileiro atual vem se fundamentando em uma reestruturação na divulgação da notícia sobre um fato para o público. Esse é um efeito decorrente da maneira como a sociedade atribui a importância e a centralidade da televisão e das tecnologias *online* como formas principais de informação. Conforme a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua TIC)¹, do IBGE, de 2017, mais de 68 milhões de aparelhos estavam conectados nas casas brasileiras.

Esse avanço tecnológico reflete também a evolução nos modelos dos aparelhos televisivos, sendo que o número de televisores em tela fina aumentou de 65% para 69,7% e o de tela de tubo reduziu de 44% para 38,9%, ainda de acordo com a PNAD desse mesmo período, segundo dados da mesma pesquisa.

Toda essa reestruturação, como traz Paternostro (2006, p. 17), adveio de anseios populares e da sociedade em geral, por assim considerar: “o ser humano tem a necessidade de se informar e ao mesmo tempo transmitir conhecimento como característica essencial para a sobrevivência”.

Essa mudança trouxe impacto direto para o mercado televisivo. Expande-se, por exemplo, a lógica econômica e de acesso amplo às telas a diferentes classes sociais. Além do meio comercial, o lado social sofreu efeito, afetando, diretamente, o que Mattos (2010, p. 26) destaca como o “contexto socioeconômico, político e cultural do país”.

Inicialmente, para exemplificar as transições passadas pela televisão no Brasil, o autor destaca quatro principais fases: a *elitista* (1950-1964); a *populista* (1964-1975); a *do desenvolvimento tecnológico* (1975-1985) e a *de transição e expansão internacional* (1985-1990).

Na primeira fase, mostra como era a televisão no começo dos anos 1950, com a participação de Assis Chateaubriand com o seu Diário e Emissoras Associadas e a criação da TV Tupi, outro marco da história da Comunicação. O aparelho televisivo, à época, era um instrumento de privilégio porque os preços dos aparelhos eram altos e não havia indústrias de peças de televisores no Brasil.

¹ IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2017. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Trabalho e Rendimento – PNAD, 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf. Acesso em: 18 ago. 2022.

Nas grandes capitais brasileiras daquele momento, Rio de Janeiro e São Paulo, esses fatores de impacto contribuíram para uma reestruturação sociopolítica. Foi durante a fase elitista que a TV passou a ganhar uma maior importância e a se tornar um “instrumento de poder”, de acordo com Mattos (2000, p. 65).

Mais tarde, na época da Ditadura Militar (1964-1985), surge a fase populista. É nesta etapa que se impõem obrigações por meio de figuras políticas, principalmente como Getúlio Vargas, Juscelino Kubitschek e João Goulart. Também, nesse período, ocorre a prevalência da censura, com a presença de um oligopólio: no caso, com maior poder, a Rede Globo.

Nesse período, com os governos de Médici (1969-1974) e Geisel (1974-1979), prevaleceu o modelo rígido de conteúdos e formatos na televisão: a não violência e a maior inserção de “padrões culturais” tornaram-se obrigações a serem cumpridas. Da mesma maneira, o volume de horas de programas estrangeiros foi reduzido na programação das emissoras brasileiras. Conforme Mattos (2000), foi a partir da fase populista que, também, houve uma maior participação de programas locais na programação televisiva.

Esta segunda fase da televisão brasileira tem como característica mais importante a absorção dos padrões de administração, de produção de programação pela televisão nacional. As empresas do eixo Rio-São Paulo reforçaram seu papel de intermediárias entre a indústria cultural multinacional e o mercado brasileiro e, por outro lado, amealharam, através das redes, um mercado cativo para os seus produtos. (MATTOS, 2000, p. 77).

O modelo do improvisado foi substituído pelo “jeitinho brasileiro”, com administrações mais bem estruturadas e regradas. As telenovelas e os noticiários ganharam espaços com o surgimento, por exemplo, em 1º de setembro de 1969, do Jornal Nacional, da Rede Globo. Esse telejornal até hoje se notabiliza pela relevância e credibilidade. Mais adiante nesta pesquisa, o Jornal Nacional terá, novamente, espaço, na análise da cobertura do acidente da cantora Marília Mendonça.

A fase seguinte, denominada por Mattos (2000) de *desenvolvimento tecnológico* implicou a modificação radical nas condições técnicas de se fazer televisão: a maior disposição de produtos gerados em cores e, principalmente, a rigidez e o controle por parte do governo militar. Era o momento mais duro da Ditadura e, no jornalismo, o noticiário acabou sendo afetado: pautavam-se temáticas de greves, conflitos, além de atentados.

Ainda marcadas pelo período de Regime Militar, as décadas de 1970 e 1980 trouxeram consequências às transmissões televisivas: cortes nos noticiários, além de departamentos e áreas ligadas à sociedade, com proibições de produtos que faziam referências diretas à política e ao momento do Estado, sofrendo implicações até mesmo em concursos de beleza. Quanto à programação televisiva, houve modificações também com a reconstrução da estrutura de mercado das principais emissoras do país à época – como, principalmente, a Rede Globo –, associadas intrinsecamente ao contexto sociocultural da época (momento áureo da Ditadura).

A quarta fase da televisão, de *transição e expansão internacional* (1985-1990), é o momento no qual realmente o meio televisivo ganha um novo parâmetro, com ideologias diferentes. Marcado pelo último ano de eleições indiretas (1985), o modelo vigente de governo revolucionou, no âmbito popular, a televisão.

Três anos mais tarde, com a instauração da Constituição de 1988, prevê-se, no artigo 220, parágrafos 1º e 2º, a liberdade de imprensa de forma integral pela “liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social” (BRASIL, 1988).

Naquele momento, as redes de televisão do Brasil buscavam a competitividade e a consolidação no mercado, além do retorno da exportação de produtos nacionais ao exterior (o que, durante os períodos mais duros da Ditadura, não fora possível). Diante desse quadro, a figura do presidente Fernando Collor de Mello torna-se de suma importância à consolidação não só da televisão como do rádio: é ele que promove a abertura dos produtos nacionais para o exterior, consequência direta da ida de brasileiros para outros países.

Paralelo a esse contexto, a relação da política com a televisão também se acentua: empenha-se à conquista do eleitorado, com artifícios eleitorais, como em campanhas de governo e jornadas políticas.

Adequando às mudanças dos anos 1990 e 2000, duas novas fases e abordagens também são caracterizadas por Mattos (2000) – a *da Globalização e da TV Paga (1990-2000)* e a *da convergência e da qualidade digital* – com início nos anos 2000 e vigente nos dias atuais com a consolidação da internet e de novas tecnologias. Porém, para fins de análise nesta monografia, pretende-se destacar o momento posterior – a partir dos anos de 2010 –, e a sua afirmação na segunda metade desta década.

A partir de 2010, as novas tecnologias e a penetração, cada vez maior, das redes sociais, se associam ao veículo de televisão: adapta-se à uma convergência de mídias por meio da função da televisão e o seu papel para o telejornalismo. Para Campella (2011, p. 254):

Assistir televisão nunca foi tão fácil: ela pode ser vista no ambiente de trabalho, em bares e restaurantes, em aparelhos de telefonia móvel, nos ônibus e táxis, nos computadores pessoais e, naturalmente, em casa. A despeito de algumas previsões pessimistas acerca de seu eminente declínio, especialmente devido à competição com as novas mídias, como a internet e os videogames, a televisão continua tendo presença marcante no cotidiano das pessoas.

Assim, com a chegada e a potencialização da internet e, logo, pela convergência de mídias e a transmidialidade, reestrutura-se toda a lógica da comunicação. É assim que Paternostro (2006, p. 21) trata:

A Internet se torna o centro de uma nova revolução da Comunicação, considerando-a o meio de comunicação mais atual, que nos modifica e modifica o mundo de uma forma muito mais rápida que imaginamos [...] A Internet está no centro de circulação da informação.

Para o sociólogo francês Dominique Wolton, o que é exposto na televisão é um paralelo idêntico ao que é visto na sociedade. A formação de um elo com a televisão propicia uma remodelagem na estrutura entre a realidade e o que se assiste, à medida que este meio, segundo Wolton (1996, p. 78), “está ao lado do geral e não do particular [...] o público confia nela, porque ela lhe oferece um pouco de tudo e ele faz, portanto, aquilo que quer”.

Ele caracteriza a comunicação como sendo o ato de informar e amplia o fenômeno da comunicação paralelamente à informação. Assim, portanto, é que a televisão, principalmente a aberta, se reconfigura. A TV passa a ser considerada não apenas como um produto (entregue pelos telejornais, telenovelas, etc.), mas como um meio.

Com o telejornalismo, a credibilidade da TV cresce e a relação com o público se modifica: dá-se mais espaço à legitimidade e ao que é verdadeiro. Concomitantemente, se atualiza os fatos, a partir do que ocorre pelo mundo em que a TV se encontra.

Ao considerar o contexto globalizado e o cenário tecnológico vigente, o direito ao acesso à informação adquiriu uma importância fundamental. Com o advento e a propulsão cada mais acelerada de novas tecnologias, o acesso à informação

responde a uma questão de poder, conforme o filósofo e estudioso da televisão, o austríaco Karl Popper (*apud* CARVALHO; NOLETTO, 2019, p. 4).

Desde o seu surgimento até a sua consolidação, a internet reconfigura as técnicas e os modos de transmissão de diversos tipos de conteúdo na televisão: a política interna brasileira começa a ser enxergada de uma outra maneira, ditando o ritmo por meio do qual era debatida e trazida à pauta, principalmente em programas telejornalísticos e de debates.

Atrelado a esse cenário de estabelecimento da internet, a informação à disposição também conquista um crescimento importante, convivendo com inúmeros fatos e eventos a todo tempo, minuto a minuto. Seja em um espaço ou local quaisquer como ruas, praças, *shoppings*, estádios de futebol, hospitais, etc., requer-se, por vezes, uma validação jornalística, a compor valores como a significância, o inesperado e o contínuo. Essas caracterizações são como Galtung e Ruge (1993) trabalham nos *valores-notícia* do Jornalismo.

De forma complementar, a interatividade conexa às redes sociais apresentou novos formatos de mídia, articulando-se à menção de Bobbio (1992, p. 73) à “estreita conexão com as transformações da sociedade”. A notícia – essência-base do jornalismo – também precisou adequar-se ao tempo e às dinâmicas produtivas cada vez mais rápidas. Torna-se mais amplo o aspecto do fazer-notícia juntamente com o conteúdo do profissional jornalista.

Novos e diferentes tipos de usuários das redes sociais, nessa medida, podem atuar como produtores e reverberadores de informações. A dinâmica do acesso aos fatos novos também é alterada: estes terão mais alcance e circulação.

Ao se pensar em um ambiente do digital e das redes sociais, se está convivendo no meio televisivo com uma progressão de princípios, técnicas e linguagens. Novamente nos anos 1990 e no início dos anos 2000, esses princípios eram relacionados intrinsecamente à televisão, mas que, com a potencialização da internet e das redes sociais, tudo se interligou.

Nesse contexto, possibilita-se que o jornalista que segue a lógica da informação e da objetividade – características que pautam o meio do telejornalismo – compartilhe as particularidades do seu trabalho. Não somente a rotina do profissional jornalista irá se alterar, mas a estrutura físico-midiática do veículo e da personalidade.

Ainda muito presente nos dias de hoje, o jornalismo televisivo expõe peculiaridades no que tange à dificuldade de planejamento de pauta, desencontro de

informações e apuração investigativa. Assim, não apenas no telejornalismo, mas também em outras áreas profissionais, torna-se importante para o jornalista a profissionalização e o compromisso com a seleção e a divulgação de notícias de forma criteriosa.

Diante da concorrência com o meio digital e os reflexos do crescimento das novas tecnologias, altera-se, também, o consumo da TV aberta. Em publicação da Pesquisa Brasileira de Mídia² – Brasil (2015), mais de 73% da população brasileira acompanha televisão aberta diariamente em um total médio de 4,5 horas por dia. Isso se relaciona muito pelos efeitos que a internet incidiu nesse número expressivo do consumo televisivo no país.

2.1 AS ROTINAS DE PRODUÇÃO E O PAPEL DO JORNALISTA EM COBERTURAS DE TRAGÉDIA

A elaboração diária de um telejornal, incluindo o modelo, o formato, a linguagem e, principalmente, o público-alvo, não é tão fácil quanto parece. O produto pronto e completo é o resultado de um árduo e complexo trabalho, com o envolvimento de diversos profissionais.

Tudo começa com os temas e fatos discutidos na reunião de pauta. É nesse momento que se consolida ou não uma futura matéria: esta etapa, pode-se dizer, está no centro da produção e é uma das mais importantes – é a primeira parte para a realização de um produto jornalístico.

A pauta, segundo bem define Miranda (2016, p. 01), é a prévia dos “caminhos e resultados para um trabalho ser alcançado”. Ela traz o quê e o como. Em outro conceito, o *Manual de redação e estilo d’O Estado de São Paulo* (2008, p. 20) define pauta como o “conjunto de assuntos que uma editoria está cobrindo; traz enfoques diferenciados sobre temas, busca ângulos novos de abordagem, identifica com agilidade as novas tendências”.

Além da pauta, a produção direciona as situações que possam ser transformadas em uma boa matéria, seja ela em formato noticioso, mais curto ou em

² BRASIL. Pesquisa Brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/271205188_Pesquisa_Brasileira_de_Midia_2015_Brazilian_Media_Research_2015. Acesso em: 13 set. 2022.

uma reportagem, mais ampla. A produção também acaba por envolver aspectos de pesquisa, de elaboração e checagem de dados, bem como a escolha de fontes e o acompanhamento de repórteres em entradas ao vivo.

Em contrapartida, com o crescente processo de disseminação de *fake news*, principalmente nas redes WhatsApp, Facebook e Twitter, o momento da produção traz consigo um cuidado e uma responsabilidade maior sobre a apuração dos fatos.

Conforme Ximenes (2020), cada vez mais, é validada e ligada a relação do público com a audiência:

As informações que podem gerar notícias seguem um fluxo de mão dupla. Podem vir a partir do público ou de órgãos oficiais, mas também, podem surgir a partir de observações e inquietações dos jornalistas, que, por sua vez, procuram fontes para confirmar, detalhar e produzir a notícia. (XIMENES, 2020, p. 16).

O WhatsApp transformou-se no principal recurso de comunicação entre jornalistas e para o contato e as relações com fontes e com a audiência. A possibilidade de se ter o WhatsApp para atendimento ao público vem facilitando, reestruturando e aproximando os comunicadores com estes indivíduos. Diversos programas fornecem um número de contato para se dialogar, enquanto o programa está no ar.

Outro processo de produção que se faz destaque é a *edição*, que tem uma relação íntima com o Cinema. Para Joly (2002 apud SOUZA; PIVETA, 2011, p.433), “a junção de dois ou mais planos faz com que a mensagem ganhe novo significado, diferentemente do que se encontra em um plano isolado”. De meados dos anos 1970 até o início dos anos 1980, percebeu-se que a conexão entre o texto e a imagem condicionava e despertava um maior interesse do público pela informação.

Visando à edição em telas de computadores, foram alteradas as funções *editor de texto* e *editor de imagem*. Como bem caracteriza Paternostro (2006, p. 162), é com a edição que “uma reportagem ganha o formato final para ir ao ar”. A autora complementa que “editar é dar sentido ao material bruto; o ritmo e o estilo de cada telejornal são fatores que também influenciam a edição de uma matéria”. (p. 162).

A função de editor de imagem é que passa a ser uma peça-chave da engrenagem. Como bem afirma Canelas (2008, p. 91), “A perspectiva do editor de imagem aproxima-se mais à do telespectador, dado que as imagens lhe são cedidas via ‘perspectiva da câmera’ e não ‘perspectiva do olho/cérebro humano’”.

Ele desempenhará diversas atividades tendo de exercer não só a operação da imagem, mas a condução e o caminho da notícia. A fragmentação, os cortes e a melhor seleção de *takes* para a TV vêm acompanhados da digitalização – com maior versatilidade e dinamismo – e da mudança do processo cromático, com a imagem, em suas múltiplas dimensões, buscando se aproximar do real, do concreto.

A terceira e, sinteticamente, última etapa de produção é a *veiculação do produto telejornalístico*. O que é disposto na TV passa a ser um produto e uma construção do meio social, com a valorização de princípios e convenções.

Diante dessas etapas é que a notícia ganha forma: ela passa a ser organizada por um ciclo que facilita, propriamente, o trabalho do jornalista. Essas etapas, como pudemos observar, percorrem um caminho desde a produção e a edição, à própria reportagem e à posterior apresentação

Segundo remete Wolton (2006 *apud* STRINGARI, 2020), a veiculação e a consequente exposição de conteúdos audiovisuais modificam escolhas e tradições da sociedade, assentando que o jornalista tem o papel de formador de opinião que, paralelamente e, cada vez mais, obedece a um tempo e a prazos a partir da dinâmica da concorrência.

O conteúdo de televisão ultrapassa a fronteira do veículo e pode expandir para as plataformas digitais e aplicativos como o YouTube, o Instagram e o TikTok. As empresas de comunicação também dão espaços maiores a esses recursos: é a lógica de convergência de mídia, com o intuito da aproximação da audiência e do público aos conteúdos. É dessa maneira que se poderá alcançar uma maior penetração de um produto, no caso aqui referidos e analisados, os telejornais.

Seguindo essa linha de modificações e de formatos, além da produção de materiais mais variados e da utilização de recursos diversos, tais como as redes sociais, por exemplo o WhatsApp, repórteres, produtores e editores acumulam diferentes funções e responsabilidades, fazendo com que assim haja uma precarização da profissão de jornalista. O conteúdo passa a ser mais bem pensado e trabalhado a fim de prezar pelo que é relevante social e culturalmente.

Ao se pensar na figura do repórter, é ele, segundo Klein (2008), que acaba por articular o que de corriqueiro e prevalente vem se estabelecendo no atual jornalismo: a busca pelo meio informativo, com temáticas generalistas e heterogêneas, e uma condução que explora o meio científico, com o uso de técnicas específicas e um formato de trabalho característico, próprio do repórter.

Ele observa o mundo que o cerca e colhe, por meio de entrevistas e depoimentos, o que desvenda de mais natural e concreto à sua observação. No telejornalismo, o repórter segue um fluxo de texto. Esse texto se orienta por uma roteirização, que, ao ser associada às imagens, poderá ter alterações realizadas pelos editores.

É o que Klein (2008, p. 2) preconiza:

O repórter transforma o jeito de fazer reportagem, aproximando-a de uma ciência, com técnicas específicas, desenvolvidas ao longo do tempo; ele observa, coleta dados e realiza entrevistas; e escreve o texto seguindo a estrutura da pirâmide invertida.

Tratando-se da função do repórter, é fundamental que este olhe para o que está cobrindo de forma diferenciada, primorosa e atenciosa. Ademais, o repórter atua em diferentes formatos (*stand ups*, ao vivo, entrevista, etc.) e apresenta a vida sob outros vieses. Acrescenta, ainda, aos fatos cotidianos, a possibilidade de se tornarem notícias e se apropria de formatos específicos.

Nas coberturas de tragédias, o repórter age como um mediador dos fatos e um condicionador e regulador de emoções. Com os seus relatos, redimensiona as diferentes proporções e sentimentos.

2.1.2 O comportamento do repórter em situações de tragédias

O termo tragédia deriva do latim *tragoedia* e por definição do dicionário de língua portuguesa Houaiss (2009, p. 734)³ remete à “desgraça” e à “catástrofe”. Utilizada desde o período do teatro grego e relacionada a um sentido de nobreza, a expressão apresentava relação às comemorações dos deuses da fertilidade, com o fortalecimento dos sentimentos de amor, ódio, medo e traição, por exemplo.

Segundo White (2008), a terminologia traz a ideia “de um desastre em escala menor, com proporções menores”, mas igualmente, para o repórter, acaba por ser a cobertura com maiores dificuldades e obstáculos a serem vencidos.

³ TRAGÉDIA. In: Mini Houaiss – Dicionário da Língua Portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva, 2009.

[...] costumam ser mais difíceis de cobrir que desastres em grande escala porque se tornam mais pessoais. [...] Repórteres podem chorar, e algumas vezes o fazem – sozinhos. Eles devem, no entanto, cobrir tais matérias de forma menos emocional possível e partir para a próxima. (WHITE, 2008, p. 209).

No jornalismo, é comum dar um espaço diferenciado às tragédias e aos desastres como naturais/ambientais, por incêndios e envolvendo acidentes aéreos. Como já referido, em todos esses casos, a presença do repórter é fundamental para a eficiência da cobertura jornalística.

Nessas tragédias, o repórter relata e acompanha as situações vivenciadas, descrevendo os múltiplos cenários e personagens da narrativa para o seu público (COUTINHO; MATA, 2013). Sodré (1986, p. 15) justifica que as linguagens acessíveis e a ausência do uso de técnicas rebuscadas e prolixas contribuem para reduzir a subjetividade e passam a “servir de ponte (e, portanto, diminuindo a distância), entre o público e o acontecimento”.

O repórter age como emissor de uma mensagem ao público e, segundo Lage (2001), realiza uma atividade em um local em que o público quer estar, mas que nem sempre pode estar. Assim, é dever desse profissional zelar pela responsabilidade, compreender aquilo que está falando, com um estudo prévio.

Assim como em todo tipo de cobertura que exige um maior aprofundamento, o repórter tem de dar voz a diferentes lados, especialmente em uma cobertura de tragédia que envolve vítimas e pessoas levadas para hospitais, devendo esse profissional contatar especialistas e autoridades.

O lado imprevisível e excepcional de uma tragédia requer uma responsabilidade ainda maior do repórter. Ele “enxerga o mundo com um óculos diferenciado”, como remete Bourdieu (2005), em sua obra *Sobre a Televisão*, mas, em contraponto, acaba por enxergar certas coisas e não outras, omitindo, às vezes, os detalhes mais imprescindíveis.

É importante viabilizar o encontro do credível, de forma a não se aceitar modelos espetacularizados de fatos trágicos e não se conceber uma relação de espetacularização a fatos sérios e tristes, que tenham afetado uma grande parcela de indivíduos. Na morte de personalidades, por exemplo, há que se considerar o lado do público e o seu luto pela morte de alguém importante para aquelas pessoas.

Traquina (2013) identifica que a morte de alguém carrega um peso saliente, de forma que tem que ter espaço no jornalismo. Porém, como também identifica o autor,

apenas algumas mortes são transformadas em notícias, o que daí se infere o grau de importância da pessoa, do evento e da natureza do acontecimento.

Essa ideia é que Wolf (2010) atribui em valores-notícia, distinguindo em substantivos e contextuais. Para o autor, os valores-notícia impõem uma relação técnica de hierarquização e de seleção dos acontecimentos e trabalham conectados à produção e à difusão das notícias e à hierarquização de um produto.

Como referido previamente, apenas algumas mortes viram notícia. Isso se deve à organização da maneira de produção do jornalismo – o privilégio e a maior importância atribuída às figuras públicas e às elites. São esses valores que Ericson, Baranek e Chan (1969 *apud* TRAQUINA, 2013) relacionam com “a cultura profissional e à prática rotineira dos profissionais da imprensa”.

Mais do que um regramento para a consolidação de uma reportagem/matéria jornalística, o profissional repórter tem que estar ciente de que as suas habilidades intuitivas e perceptivas estão atreladas às condições de uma boa escrita, de investigação e de prezar, sempre, pela verdade (LAGE, 2001, p. 28).

Com o transcorrer da carreira e o pleno exercício e aprimoramento de técnicas, o repórter adquire, também, uma maior experiência para a execução de reportagens e matérias diárias e, como primordial ao seu trabalho, busca obter um bom relacionamento e contato com as suas fontes.

Em situações de tragédias envolvendo acidentes aéreos, cabe ao repórter trabalhar pela credibilidade, tornar a notícia uma informação para o público e, essencialmente, como bem traz Simões (2009, p. 15) a todas estas relações, “evitar o que hoje costuma acontecer, em muitas ocasiões: a prática do jornalismo onde a notícia vira espetáculo”.

É a partir da formação técnico-profissional, intrínseca à informação, como relaciona Rossi (1980 *apud* SIMÕES, 2009, p. 67), que um bom repórter se sobressai; é quando ele preza e se fundamenta pela ética e respeito pelas pessoas.

Hohenberg (1962, p. 16) resume: “[...] As qualidades mínimas podem ser resumidas brevemente. Incluem elas a educação, a habilidade, o sentido da exatidão infalível e o desejo incansável de ler jornais e contribuir para a publicação das notícias.”

2.2 A MORTE DE PERSONALIDADES EM ACIDENTES AÉREOS

Muitos acidentes aéreos ocorreram no Brasil e no restante do mundo e acabaram por ganhar espaço na mídia. Especialmente em se tratando de coberturas envolvendo personalidades ou pessoas mais conhecidas, tais coberturas têm um espaço maior e de grande repercussão.

Embora tenham ocorrido acidentes aéreos em diferentes décadas, é a partir dos anos 1990, especialmente no ano de 1996, que se modifica, no Brasil, a expressividade e a relevância de uma cobertura de acidente aéreo envolvendo personalidades públicas.

Em 2 de março daquele ano, um jatinho *Lear Jet 25* caiu na Serra da Cantareira, em São Paulo. Dentro da aeronave estavam os cinco membros da banda Mamonas Assassinas – Dinho, Bento Hinoto, Samuel Reoli, Júlio Rasec e Sérgio Reoli (DRUMMOND, 2021). A morte dos artistas trouxe extrema consternação por parte dos fãs, por estarem construindo *status* de ídolos com públicos de diferentes idades em todo o Brasil.

A tragédia é noticiada por diferentes emissoras. O programa *Fantástico*, da Rede Globo, daquele dia – como traz o *Memória Globo (2022)* –, deu destaque a imagens de crianças cantando o hit *Pelados em Santos*. Além disso, foram exibidas entrevistas com familiares e amigos e cenas de bastidores, inéditas, dos Mamonas.

A cobertura pela Rede Globo iniciou-se com um Plantão, pela manhã, e ganhou destaque na emissora SBT, na figura de Gugu Liberato (1959-2019), em seu programa *Domingo Legal*, que dedicou todo o seu espaço ao fato, com média de audiência de 37 pontos e de pico 47 pontos, conforme Forato (2016). Essa cobertura acabou por alavancar e marcar o lado jornalístico do SBT, que antes se destacava mais na área do entretenimento já que Gugu Liberato trazia, recorrentemente, em seus programas, os cantores da banda.

Em 2014, Eduardo Campos (PSB), candidato à presidência da República, teve a sua candidatura interrompida dois meses antes do primeiro turno eleitoral, em agosto, já que o primeiro turno ocorreria em 5 de outubro. Às 10h03 minutos da manhã do dia 13 de agosto, morreria o então candidato em um acidente aéreo em Santos, litoral sul de São Paulo. O avião decolou às 9h21 do aeroporto Santos Dumont no Rio de Janeiro e tinha como destino previsto a base aérea de Santos. Morreram no acidente, além de Eduardo Campos, os pilotos Geraldo Maguela Barbosa da Cunha

e Marcos Martins; o fotógrafo Alexandre Severo Gomes e Silva; o cinegrafista Marcelo Lyra; além dos assessores Pedro Valadares Neto e Carlos Augusto Leal Filho.

Em novembro de 2016, a equipe da Chapecoense embarcou na madrugada do dia 29, de São Paulo para Santa Cruz de La Sierra, na Bolívia, onde a aeronave da companhia aérea Lamia – modelo Avro Regional Jet 85 (RJ-85) – seguiria com destino para a cidade colombiana de Medellín, onde a equipe disputaria a final inédita da Copa Sul-americana. Às 1h15 da madrugada (hora de Brasília), a equipe de comando, composta pelo piloto Miguel Quiroga, pelo assistente de voo Romel Vacaflores e pela auxiliar de voo Ximena Suarez, perdeu o contato com a torre de controle entre as cidades de La Ceja e Abejorral, também na Colômbia.

Já perto do aeroporto José Maria Córdova, em Rio Negro, próximo a Medellín, a aeronave acabou dando duas voltas e reduzindo a velocidade para 263 km/h antes da queda. A aeronave fez um trajeto circular e os tripulantes emitiram um comunicado aos técnicos da companhia informando um problema elétrico no avião. No total, 71 pessoas morreram no acidente com apenas seis sobreviventes: os jogadores Alan Ruschel, Hélio Neto e Jakson Follmann; o jornalista Rafael Henzel; e os membros da tripulação Erwin Tumiri e Ximena Suarez. Vinte e dois jogadores haviam sido relacionados para a partida.

A morte do jornalista Ricardo Boechat, ocorrida em queda de um helicóptero, em São Paulo, no dia 11 de fevereiro⁴, e do cantor Gabriel Diniz, no sul de Sergipe, em 27 de maio⁵, também foram muito impactantes.

Em 11 de fevereiro de 2019, o jornalista Ricardo Boechat estava em Campinas, onde deu uma palestra para representantes da indústria farmacêutica Libbs no resort Royal Palm Plaza e, após, se deslocaria de helicóptero para a TV Bandeirantes, onde pousaria no heliponto da emissora. Perto das 12h, a aeronave tentou pousar no acesso do Rodoanel com a Rodovia Anhanguera, porém, colidiu com um caminhão

⁴ G1 SP. Ricardo Boechat, jornalista, morre aos 66 anos em queda de helicóptero em SP. **G1**, 11 de fev. de 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2019/02/11/ricardo-boechat-jornalista-morre-aos-66-anos-em-queda-de-helicoptero-em-sp.ghtml>. Acesso em 21 de set. de 2022.

⁵ PEREZ, F. Cantor Gabriel Diniz morre em acidente de avião em Sergipe. **R7 Notícias**, 27 maio 2019. Disponível em: <https://noticias.r7.com/cidades/cantor-gabriel-diniz-morre-em-acidente-de-aviao-em-sergipe-29062022>. Acesso em: 1 set. 2022.

que acabara de passar pela praça de pedágio. Além de Boechat, estava na aeronave o piloto Ronaldo Quattrucci.

Outro acidente aéreo com grande repercussão e impacto no meio jornalístico envolveu o músico Gabriel Diniz, autor do sucesso e *hit Jenifer* no ano de 2019. Em 27 de maio de 2019, após show na cidade baiana de Feira de Santana na noite anterior, o cantor viajaria, em um avião particular, para a cidade de Maceió, em Alagoas, onde ocorreria a comemoração de aniversário de sua namorada, Caroline Calheiros, que completaria 25 anos.

Por volta das 12h30, o Centro Integrado de Operações de Segurança Pública (Ciosp) foi chamado, juntamente com a equipe do Corpo de Bombeiros e da Polícia Militar por meio de informações recebidas por habitantes do Povoado Porto do Mato, na região sul do Sergipe. Morreram no acidente, além de Gabriel Diniz, o piloto e o copiloto da aeronave, Gabriel Abraão Farias e Linaldo Xavier Rodrigues, respectivamente. Os dois eram diretores do Aero clube de Alagoas.

De acordo com o Instituto Médico Legal (IML), os ocupantes da aeronave tiveram constatado politraumatismo craniano, causado por forças externas da natureza e/ou impactos e queimaduras severas. Além disso, foram descobertas várias lesões no tórax e no abdômen e diferentes tipos de fraturas por todo o corpo.

Ao se pensar em uma matéria para o meio televisivo, como ratifica Ferrés (1998), deve-se prezar pela transmissão da realidade, que, de certo modo, está conexas ao que o público quer saber sobre um fato ou evento. Ou seja, ao se noticiar uma morte envolvendo uma personalidade, deve-se buscar exatamente o que o público precisa e quer saber sobre o ocorrido.

Quando se põem a público fatos e eventos, necessita-se que eles tenham relevância ou sejam de cunho noticioso. Mas é claro que, em se tratando do ambiente da televisão, cada vez mais, é necessário “transportar o público para uma outra dimensão”, como interpela Baitello Junior (2006), pensando no que se faz e no que se fala na TV.

Como trazem Silva *et al.* (2011), é assim que, nessa hibridização entre a concorrência e a audiência, o jornalismo se fortalece.

A busca de adesão dos indivíduos é fundamental para a experiência do mundo proporcionada pelos veículos jornalísticos, é também vital para a manutenção e a renovação do jornalismo e de seu status institucional de ator social legítimo. (LEAL; GUIMARÃES; MENDONÇA, 2010; PICADO, 2010, p. 11).

3 CELEBRIDADES E O RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

Todos os assuntos que envolvem uma personalidade carregam, jornalisticamente, uma importância em si a ser debatida. A celebridade ou a personalidade pública está enquadrada nos valores-notícia e se manifesta pela *notoriedade* seja de algo, de um atributo, ou de pessoa com uma superioridade ou particularidade. Para Traquina (2013 *apud* SOUZA; ANDRADE, 2018), a pessoa com uma notoriedade tem também uma posição social e um grau de importância para o coletivo e em relação à cidadania maior do que pessoas sem tal distinção.

Desde a Antiguidade, elites religiosas e políticas procuram se diferenciar do restante do povo obedecendo a uma ordem democrática. Rojek (2008, p. 15 *apud* FRANÇA; SIMÕES, 2014, p. 03) destaca que a celebridade ganhou notoriedade com: “a democratização social”, “o declínio de uma religião organizada” e pela “transformação do cotidiano numa mercadoria”. Ter uma posição de relevância significa estar em uma posição privilegiada ou ter um grau de prestígio diferenciado, participar de acontecimentos relevantes à história e à sociedade bem como uma simples “criação representativa da mídia”. (SMART, 2005, p. 6).

No cenário de mídia, tudo depende do fenômeno da mediação, que está complementar e intimamente ligado ao conceito de midiatização, segundo bem relaciona Barros (2012), principalmente considerando o momento globalizado e instrumentalizado de hoje em dia.

A mídia também traz uma relação com o campo da publicidade, a partir das suas múltiplas caracterizações e definições de campos midiáticos, como, por exemplo, a mídia impressa e a televisionada. Posto em questão o cenário de desenvolvimento de instrumentos e técnicas da Comunicação, o processo de modificação se aplica, também, à sociedade, organizando-a por meio de novos processos comunicacionais.

Ao que estuda o jornalista Muniz Sodré, em sua pesquisa *Sobre a episteme comunicacional* (2007), trazida por Simões (2009, p. 68): “a presença da mídia na sociedade modifica o próprio perfil e a natureza da vida social, em um cenário marcado pela *midiatização*”.

Posto o cenário imagético dos dias de hoje, com a exposição cada vez maior de recursos visuais em diferentes plataformas, pode-se depreender que a celebridade é muito mais considerada: ela pode ser um anônimo que realiza algum feito ou manifestação importante e de repercutibilidade e, desta forma, pode se tornar uma

celebridade, adquirindo uma posição de ídolo, dimensão esta adotada no contexto do cinema. Morin (1989) relaciona o fenômeno da idolatria à endeusalização, em que estes deuses compõem um *star system* e, por consequência, são elevados à categoria de “semideuses”, igualmente.

Depois das matérias-primas e das mercadorias de consumo material, era natural que as técnicas industriais se apoderassem dos sonhos e dos sentimentos humanos: a grande imprensa, o rádio e o cinema os revelam e, por conseguinte, a considerável rentabilidade do sonho, matéria-prima livre e etérea como o vento, que basta formar e uniformizar para que atenda aos arquétipos fundamentais do imaginário [...]. Os deuses tinham que ser fabricados um dia, os mitos tinham que se tornar mercadoria. (MORIN, 1989, p. 77).

A mídia começa a revelar as celebridades a partir dos anos 1930, quando estas se aproximam do público e, por meio dessa aproximação, torna-se acessível o binômio celebridade-mídia. Como explanado anteriormente, com o fenômeno da endeusalização, se transforma e se valoriza a cultura de massa: convergindo aos meios de comunicação, as celebridades “são frutos criadores da mídia”, que é como Boorstin (2006 *apud* MOREIRA; RIOS, 2016, p. 81) afirma que “o herói cria a si mesmo; a celebridade cria-se pela mídia”.

E assim, como Sodré (2007, p. 17) explana, as celebridades acabam por se sustentar em um “funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais com a mídia”.

Ademais, essa mídia está relacionada com as pessoas e, em um aspecto mais particular, com as pessoas públicas ou celebridades. Em um contexto de diferentes plataformas digitais, como *Twitter*, *Instagram*, *TikTok*, cada vez mais pessoas estão levando às redes sociais suas ideias, produtos e pensamentos a fim de compartilhá-los com diferentes públicos.

Tal posicionamento ocorre conforme relacionam Antunes e Azevedo (2019, p. 4):

Os conteúdos compartilhados enquadram-se em uma extensa variedade de temas, como tecnologia, *games*, estilo de vida *fitness*, culinária entre tantos outros. Em cada categoria vão se revelando perfis que se destacam e assumem o papel de influenciadores do nicho em questão. Os famosos “dos quais nunca se ouviu falar” estão sendo cada vez mais falados.

Da mesma forma, faz-se cada vez mais presente a figura dos influenciadores digitais: a pesquisa de Quinalia (2017) considera que haja em todo o mundo mais de seis milhões de influenciadores digitais.

Considerando que a mídia, no contexto recente, é amplamente universal, Rojek (2008) identifica que a imagem da celebridade se solidifica e ganha uma abrangência. A celebridade torna por adquirir um caráter múltiplo e de maior relevância ao contexto social justamente por meio desses influenciadores que consolidam a sua imagem perante o público em geral.

O que conecta o relacionamento de uma celebridade com a mídia é o seu comportamento, este fará parte de um sistema de valores, de parâmetros materiais, físicos e morais, de virtude ou vício, como remete Pimentel (2005). Essa celebridade midiática ascende o reconhecimento do “eu” pelo “outro” de uma forma ampla.

Amplamente também é o impacto da emergência da TV e do rádio sobre as pessoas, com relação à valorização da fama. “A fama ainda pode residir na grandeza de ação ou realização, mas ela também se tornou um produto ou uma criação da representação midiática”. (SMART, 2005, p. 6). No caso de certas personalidades públicas, o que vale é ter o talento reconhecido pela mídia e ampliado pelas redes sociais. E, de certa forma, as pessoas famosas só se elevam a um grau de celebridade à medida que representam uma importância e uma razão maior de ter tal distinção – um valor-notícia.

3.1 O USO DAS REDES SOCIAIS E O RISCO DA DESINFORMAÇÃO

Como já referido por Traquina (2013), o tempo mudou: não só ao se pensar em todo o processo de construção de uma notícia ou reportagem, mas também ao direcionamento e à agilidade em consolidar, propriamente, os fatos em jornalismo. Mesmo ocorrendo a todo o momento, porém, o advento da internet potencializa a checagem dos fatos, e a verificação e a apuração das informações tornou-se primazia para o trabalho do jornalista, em todas as suas categorias: desde editores, repórteres, produtores e apresentadores.

Vivendo-se, hoje, um período de globalização da informação e de avanços na tecnologia, o erro de uma informação no jornalismo é algo extremamente grave e custoso. Conforme Lopes (2018, p. 218):

A desinformação e a propaganda enganosa podem destruir reputações e a privacidade e incitar à violência, discriminação e hostilidade contra vários grupos da sociedade [...]. No âmbito penal, quando o responsável pela Fake News é descoberto, ele responderá criminalmente por calúnia, difamação ou injúria, previstos, respectivamente, nos arts. 138, 139 e 140, do Código Penal (CP).

Em primeira mão, precisa-se distinguir o que é uma notícia falsa. Para compreender esse conceito, utilizamos as caracterizações e distinções adotadas por Wardle e Hossein (2017), que associam as notícias falsas a um transtorno de informação ou, em inglês, *information disorder*. São três tipos:

- I. as informações erradas;
- II. a desinformação;
- III. a má informação.

No nível inicial (I), as informações erradas não convergem, em princípio, para uma relação de dano; se dão sem o objetivo de provocar consequências. São situações que, por deslizes e/ou casualidades, acabaram por gerar alguma informação que pode ter, minimamente, um erro ou equívoco. Geralmente, esse tipo de mensagem não provoca uma maior movimentação social e impacto transformador do cotidiano dos cidadãos.

A segunda caracterização (II) de Wardle e Hossein (2017) refere-se à desinformação. Esse tipo de notícia falsa traz danos e impactos à sociedade, devido ao compartilhamento desregrado e intencional. Em último estágio, os pesquisadores trazem a ideia de má informação (III), que se dá com o uso de informações autênticas com objetivos específicos de lesar não somente indivíduos, mas também organizações/instituições e federações/países.

O conjunto de notícias falsas prevê punições descritas na Constituição desde a redemocratização do Brasil – entre os anos de 1975 e 1985, nos governos de Ernesto Geisel e João Figueiredo. Esses militares devolveram o poder para as mãos de um presidente civil e, além disto, reforçaram e renegociaram um novo processo de eleições indiretas.

No momento da redemocratização, retoma-se também a prerrogativa de garantia de um amplo espaço de liberdade de expressão e de imprensa. Mais tarde, assumidas essas posições, ainda nos anos 1980, quando nem se considerava a presença da internet, o mundo e o cenário da comunicação vão, gradualmente, se modificando.

Assim, com as redes sociais, toda a abertura de imprensa e de poder se expressa e começa a ser colocada sob maiores cuidados, principalmente pelas novas “figuras de jornalistas”; categoria esta apresentada por Oliveira (2015 *apud* CAVALCANTI; OLIVEIRA, 2019) como repórteres-amadores.

Os repórteres-amadores nada mais são do que os cidadãos comuns, a sociedade em geral. São “repórteres”, pois se apropriam de uma função legitimamente e profissionalmente ligada ao jornalismo, mas que divulgam fatos e, por vezes, (des)informações que vão contra o trabalho do jornalista na sua essência. O apogeu das redes nos dias de hoje permitiu que uma narrativa passe a ser propagada de forma instantânea, rápida, constante e em larga escala.

Deve-se atentar às duas últimas características: à medida que se propaga fatos em grandes proporções e constantes, ou seja, com muita agilidade e rapidez – por exemplo, quando o mundo soube, em poucos minutos, da morte de Kobe Bryant⁵, astro do basquete norte-americano, morto em acidente de helicóptero, em 2020 –, torna-se crítico o rigor ao se externar um fato por meio das redes sociais.

Desde o ano de 2016, no contexto das eleições presidenciais nos Estados Unidos que elegeram Donald Trump, se configura um novo momento de noticiar os fatos, por meio das redes sociais. É em tal momento que adentra no meio jornalístico o conceito de *pós-verdade*, ao se ampliar o que são as notícias falsas, orientando a hegemonia da sociedade por meio do capitalismo digital. A pós-verdade condicionou que fatos comprovadamente inexistentes e irreais ganhem repercussão, pois as pessoas acreditam fielmente naquele discurso, ou mesmo, interpretação.

As redes, como atribuem Cavalcanti e Oliveira (2019, p. 08), são “padrões de interação entre pessoas e sua inserção em círculos sociais”. De toda maneira, o contexto de desinformação vem, cada vez mais, agravando e ameaçando todas as democracias e ao que se entende, principalmente nos dias de hoje, como pluralidade política.

Segundo Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – *Hábitos de consumo de Mídia*, da Presidência da República, 89% do total de entrevistados salientou que a internet dispunha de informações mais diversas do que a televisão (MARTINS, 2017). Em um contexto, como já referido, cada vez mais hiperdigitalizado e de convergência de

⁵ GE. Kobe Bryant, astro da NBA, morre em acidente de helicóptero nos Estados Unidos. **GE**, 26 jan. 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/basquete/nba/noticia/acidente-de-helicoptero-mata-kobe-bryant-astro-da-nba.ghtml>. Acesso em: 18 out. 2022.

mídias, o que se demonstra hoje é o uso e a agregação de novos meios como os robôs e *bots* – perfis falsos presentes nas mídias sociais –, que são capazes de disseminar desinformação.

No cenário eleitoral vigente neste ano de 2022, no Brasil, os impactos e os desafios ao zelo pela informação verdadeira atribuem um valor imprescindível às empresas de jornalismo – aqui incluídos os veículos tradicionais de comunicação, como também os veículos independentes e organizações políticas ligadas à cobertura das eleições presidenciais no Brasil.

Analisando as eleições de 2018, na qual, principalmente, grupos de apoiadores ligados ao Presidente Jair Bolsonaro contestaram a idoneidade das urnas eleitorais, com a cogitação de suposta fraude do equipamento eletrônico, demonstra-se o quão grave e extrema é a conseqüente relação entre desinformação e redes sociais, destacando a figura dos repórteres-amadores, definição referida anteriormente por Oliveira (2015).

3.2 O CASE MARÍLIA MENDONÇA

Uma cobertura jornalística, principalmente, para a televisão, mas também nos outros veículos, se dimensiona a partir de diferentes características e elementos. Ela se fundamenta no que Paul du Gay, Stuart Hall, *et al.* (1997) condicionam a um “circuito de cultura”: conexões entre “a representação, a identidade, a produção, o consumo e a regulação”. Nesse sentido, muitas vezes, uma cobertura se dá por variáveis de extrema complexidade e heterogeneidade no que tange às conjunturas socioculturais e âmbitos históricos.

Com a internet, o trabalho jornalístico vem se modificando, no que se refere aos processos de apuração e materialização de um fato em notícia. O caso envolvendo a cantora Marília Mendonça e a sua morte em acidente aéreo demonstra e traduz a relação de poder e imagem no telejornalismo. Debord (1997) relaciona o lado das emoções e das relações afetivas para os indivíduos – o público, telespectadores – no caso da morte de Marília, os seus fãs.

Irá, porém, considerar que a imagem emociona e impacta, mas não espetaculariza ainda de acordo com Debord (1997). Diante do contexto que Negrini e Augusti (2013) reiteram em referência a Debord (1997):

O espetáculo pode ser observado em diversos locais, como no espaço midiático e na política [...] A espetacularização tem presença constante nos meios de comunicação, principalmente quando falamos do jornalismo televisivo, e pode sustentar elevados índices de audiência. No contexto da TV, é comum encontrarmos programas que lembram verdadeiros *shows* e que são voltados à dramaturgia. (NEGRINI; AUGUSTI, 2013, p. 01).

A morte de Marília Mendonça em 5 de novembro de 2021, uma sexta-feira, salienta o cenário de coberturas de tragédias envolvendo personalidades, na questão da apuração dos fatos e no poder de uma ou várias imagens. O *case* indica como é importante, para um período de tamanha quantidade de informações recebidas a cada minuto.

3.2.1 O Acidente

Para compreender os possíveis motivos que levaram à morte da cantora Marília Mendonça, faremos uma exposição breve do que ocorreu. Às 13h02min daquele 5 de novembro de 2021, segundo relatório da Infraero, o avião, modelo King Air C90a, partiu do aeroporto Santa Genoveva, em Goiânia (GO), cidade natal de Marília Mendonça, para o município de Caratinga, onde a cantora realizaria mais um show de sua turnê, o segundo naquela semana. A distância de voo seria de pouco mais de 900km e menos de uma hora de duração; ao todo, foram mais de 2h30min de voo.

O último show, realizado na noite de 1º de novembro na cidade de Sorocaba, no interior de São Paulo, reuniu mais de 15 mil pessoas cantando os seus principais sucessos: “Nosso Amor Envelheceu”, “Ciumeira” e “Patroas” – gravado em parceria com a dupla sertaneja Maiara e Maraísa. Era a retomada dos shows com público, interrompidos devido à pandemia do coronavírus. No começo do show Marília falou, emocionada: *“Meu Deus do céu! Nossa que tanto de gente!”*. E ao final da apresentação, segundo relato da fã Vanessa Tartarelli Endo à TV Globo, a cantora comentou: *“Eu não quero ir embora. Quero ficar mais um pouco. Me deixa ficar!”*

Antes do embarque, a cantora brincou, em sua conta no Twitter, sobre a culinária mineira e a impossibilidade de comer, por conta da dieta restritiva que ela estava realizando.

Por volta das 15h30min, o Corpo de Bombeiros de Caratinga foi chamado para atender uma ocorrência próximo à zona rural de Piedade de Caratinga, cerca de 300km de Belo Horizonte. A aeronave atingiu um cabo elétrico da Companhia

Energética de Minas Gerais (Cemig) e perdeu sustentação – que ocorre pela separação do fluxo de ar da asa (estol) –, o que teria levado à queda.

Em notificação do delegado da Polícia Civil de Caratinga, Ivan Lopes Sales, um cabo de energia estava enrolado em uma das hélices do avião. Morreram, além de Marília, o assessor e tio, Abicielei Silveira Dias Filho; o produtor, Henrique Ribeiro; o piloto da aeronave, Geraldo Martins de Medeiros; e o copiloto, Tarciso Pessoa Viana.

3.2.2 As redes sociais e a desinformação no caso

Feita a breve explicação sobre o que originou o acidente e os momentos preliminares ao fato, condicionaremos os porquês de a cobertura ter provocado discussões à criterização jornalística e à apuração. Na rede social Twitter, circularam vídeos da suposta queda do avião, dos corpos dos ocupantes da aeronave e a negação imediata da morte de Marília.

O perfil “Choquei” do Twitter, que reúne as principais fofocas no mundo dos famosos, anunciou às 16h37min daquele 5 de novembro de 2021, em um *post*, que Marília estava no avião. Minutos depois, às 16h46min, publica que a cantora estava viva e afirma que a notícia anterior sobre a morte era “*fake news*”. Esse último *tweet* gerou mais de 1.214 *retweets*, 10,2 mil curtidas, além de 444 comentários.

Figura 1 – Tweet Choquei



Fonte: Twitter @choquei

Figura 2 – Tweet Choquei



Fonte: Twitter @choquei

Em contrapartida, por exemplo, no portal jornalístico UOL – que busca a credibilidade –, o *post* publicado às 17h50min, quando confirmou a morte da cantora Marília Mendonça, teve uma repercussão menor: 25 *retweets*, 36 comentários e 433 curtidas.

Figura 3 – Tweet UOL



Fonte: Twitter @UOL.

Isso escancara o que foi o uso das redes sociais, principalmente o Twitter, nesta cobertura. A desinformação do perfil “Choquei” gerou mais público, mas por que, se a notícia não era verdadeira? Muito se deve ao que Debord (1997) condiciona às relações afetivas com personalidades:

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se representação. [...] Quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. (DEBORD, 1997; pp.13 e 18).

Uma imagem, seja ela colocada de maneira correta, incorreta, ou até mesmo, não colocada, manifesta algo, chama a atenção para determinada situação e, principalmente, revela algo. Na mesma medida, a exposição de imagens cria estereótipos e possibilita dizer algo sobre a identidade e a intimidade de uma realidade.

Assim, como trata Machado da Silva (2006) em referência aos estudos de Debord (1997), o mundo real se relaciona com o social, com um pequeno recorte a

um caráter específico do indivíduo e que condiciona a crença: “o ‘espetáculo’, porém, com suas relações mediadas por imagens, é a afirmação do caráter imaginário do vivido”. (MACHADO DA SILVA, 2006, p. 165). Como também retrata o autor sobre o papel do real: “A realidade é a ilusão histórica que venceu a concorrência e impôs-se como narrativa necessária. [...] A realidade faz parte do campo da crença.” (MACHADO DA SILVA, 2006, p. 164).

No caso da morte de Marília, muito provavelmente, quando os fãs da cantora tiveram, inicialmente, a informação de que ela estava viva, buscaram compartilhar a postagem com as demais pessoas de forma a tranquilizá-las.

Em outro vídeo divulgado em perfil da rede social TikTok, a irresponsabilidade choca, ainda mais, ao se perceber como as redes sociais tiveram um papel negativo neste fato: foi exposto o suposto momento da queda do avião de Marília.

Nesse momento, o compartilhamento é ainda mais negativo, haja visto que o fato reportado fazia menção a um acidente ocorrido nove anos atrás, em 2012, e em outra cidade – Jundiaí, em São Paulo. Esse vídeo também foi divulgado no Facebook e alcançou 2,2 mil compartilhamentos. O órgão de checagem *AFP Checamos* averiguou, em pesquisa reversa no Google, a circulação falsa da gravação.

Figura 4 – Tweet AFP Checamos



Fonte: Twitter @AfpChecamos.

Na mesma medida, às 16h30min, a assessoria de imprensa da cantora Marília Mendonça repassara a diversos veículos de comunicação a informação de que ela e os ocupantes haviam sobrevivido, resgatados e levados para um hospital próximo para realizar exames.

Às 17h30min, aproximadamente uma hora depois das primeiras informações, a Rede Globo – única emissora que mandou equipe de reportagem, com o repórter Hérissder Matias, ao local da tragédia – desmente a *fake news* dada pela assessoria. Assim, a emissora traz a confirmação de forma correta da morte da cantora Marília Mendonça e dos demais ocupantes da aeronave.

Assim, Ferrés (1998) correlaciona as coberturas televisas com a construção da realidade. Elas realizam e convergem para “imagens mentais”: as informações a respeito da realidade condicionam o direcionamento de escolhas de um indivíduo, o que causa, por consequência, uma relação de poder pela informação. Ferrés (1998, p. 158) trata de validar a construção das informações no contexto de hoje:

Quem tem a informação tem o poder. E a televisão tem, cada vez mais a informação [...] é cada vez maior o número de cidadãos que extraem da televisão a maior parte de suas informações e a partir da televisão interpretam a realidade política, social e cultural.

Retomando-se o ambiente das redes sociais no caso da morte da cantora Marília Mendonça, pode-se analisar outras incoerências e erros grotescos que mancharam a cobertura. Divulgou-se um áudio que seria um diálogo entre piloto e copiloto da aeronave, momentos antes do acidente. Na realidade, tratava-se de uma conversa entre o piloto e o copiloto do Boeing da companhia aérea GOL, que, em 2006, chocou-se contra um jato Legacy, a 30km de Peixoto de Azevedo, no Mato Grosso, na terra indígena Capoto-Jarinã; naquele acidente, houve a morte de 154 pessoas.

Passados esses casos notórios de desinformações nas redes sociais, confirma-se a importância, nos dias de hoje, das agências de checagem investigativas na comunicação. Como é o caso da AFP Checamos⁶, órgão de checagem ligado à Agência France-Presse, com sede no Brasil, e mais notoriamente a agência Lupa⁷, ligada ao portal de notícias UOL.

⁶ AFP Checamos. Disponível em: <https://checamos.afp.com/>.

⁷ Lupa. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/>.

As agências analisam discursos de agentes públicos, além de análises de conteúdos em sites de notícias e redes sociais como o Facebook e Twitter e aplicativos de trocas de mensagens, como o WhatsApp. Procedem à verificação e à checagem de fotos, gráficos, memes, vídeos e arquivos de áudios. Detectam erros involuntários e flagram fraudes deliberadas, além de contribuírem para o aumento da produção de informação confiável, baseada em fontes públicas ou documentos oficiais, por exemplo.

A partir desse cenário, com a redução do número de profissionais dentro de uma redação, é que a transparência dessas agências e a busca e o reforço pela veracidade com o *Fact-Checking* no jornalismo, defendidos por este trabalho, reforçam os valores e critérios de notícia e a responsabilidade com fontes

Conforme mapeado pela *Duke Reporters' Lab*, há sete projetos que se destacam hoje no Brasil em checagem: *Lupa*; *Aos Fatos*; *Boatos.org*; *Comprova*; *E-farsas*; *Estadão Verifica* e *UOL Confere*. Outros dois, não destacados nesse mapeamento, mas de suma importância, são o *Checamos*, da AFP Brasil, e *Fato ou Fake*, do Grupo Globo.

3.3 O RESPEITO AO LUTO E A ÉTICA JORNALÍSTICA

Falar de legislação no meio do jornalismo está associado ao modelo do Código Internacional de Ética Jornalística aprovado pela UNESCO, no ano de 1983. No Brasil, a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) tem como base o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, adotado em uma quarta versão, no ano de 2007.

Estando vigente um padrão moral e seguidor de normas pelo código jornalístico, é que esta área aplica características singulares e únicas que a diferencia das outras profissões e carreiras. Mais do que isso, a informação e o processo de produção de uma notícia (conforme discutido em 2.1), “intelectualiza”, por assim dizer, a atividade de informar.

Contextualizemos, pois, o que trata a legislação dos jornalistas. Previamente, o Código de Ética contou com três versões – a primeira, do ano de 1949, vigorou até o ano de 1968; a segunda, entre 1968 e 1986; e a terceira, entre 1986 e 2007. A versão de 2007 foi validada no ano seguinte. Assim como atribui Christofolletti (2012, p. 94):

[...] todo o código deontológico é resultado de um processo de discussão coletiva, definição de limites para o grupo ao qual é dirigido, e de sinalização dessas balizas para os demais agrupamentos sociais com que se relaciona [...] a sociedade negocia um conjunto que ajudará a compor um modelo de atuação na área de sua competência.

Essa defesa de padrões vem condicionando uma reestruturação do trabalho do jornalista em suas diferentes plataformas e meios. Tendo como base que a ética se impõe juntamente com as características sociais, tais como o respeito e a dignidade, é louvável que haja sempre uma abordagem humana do indivíduo à situação da cobertura jornalística. Antes do lado profissional, do cumprimento rígido de regras aplicadas por chefes de reportagem, editores e/ou outros cargos, deve-se assegurar que o jornalista tenha ciência dos limites que devem ser respeitados e não os ultrapassar.

Essa noção se dá ao que Cornu (1994, p. 57 *apud* ALISINA; SILVA, 2018, p. 09) caracteriza como “eixos de orientação da ética jornalística e as suas relações entre ética e jornalismo”, que são:

- a) missão da empresa;
- b) liberdade de informação;
- c) verdade como dever fundamental;
- d) respeito à pessoa como limite.

Os eixos da ética jornalística estão relacionados com a ideia de liberdade de imprensa, já tratada nesta monografia, ou seja, deve-se ter conhecimento do que é inviolável e do que é excesso. O telejornalismo necessita, cada vez mais, fomentar um olhar cidadão, humanizado e respeitoso à morte de personalidades. A liberdade de expressão deverá respeitar os valores de dignidade humana. De acordo com Barbosa (2004 *apud* NEGRINI, 2011, p. 5), a morte assume visibilidade de duas formas: *a morte comum*, prescindida do habitual, do “corriqueiro”; e *a morte notável*, advinda de acontecimentos prévios.

Traçando um paralelo entre a morte de Marília Mendonça, com o seu alcance e popularidade em todo o país, com a morte de Ayrton Senna, ídolo esportivo em outro momento da história, pode-se concluir que os dois casos “tornaram a história de vida ainda mais gloriosa, mais mítica, mais espetacular do que as suas jornadas”. (HELAL; CATALDO, 2004, p. 3).

A morte dessas celebridades contrasta com a metáfora da imortalidade desses “seres únicos”. Por esse motivo, a checagem prévia de boatos pode ser considerada

uma homenagem a tais figuras públicas, independentemente da sua área de atuação. Legitimando o luto por meio de choros e pela consternação de fãs, o envolvimento emocional com uma tragédia manifesta o respeito, a empatia e o zelo pela vida de todos os envolvidos em uma cobertura jornalística.

No contexto dos anos de 2020 e 2021, com a morte de mais de 684.951 pessoas em decorrência da covid-19, de acordo com dados do G1 acumulados até o dia 12 de setembro de 2022, o tratamento dado à morte de um indivíduo, independentemente do grau e da importância social que ele tenha, deve ser com respeito e importância, já que a morte deve ser um valor primordial para os jornalistas.

O repórter e editor do jornal norte-americano *New York Times*, Joshua Barone, dá a receita para esse tipo de cobertura: “Seja paciente e deixe as pessoas falarem por muito tempo. É sempre bom no jornalismo calar a boca e ouvir. Mas, especialmente no caso de obituários, é crucial porque as pessoas se lembram de muito ao longo do caminho”.

A declaração foi dada por Barone em uma série de reportagens a pedido do jornal *Times*, cunhada *Those We've Lost* (Aqueles que perdemos, em português) e apresentada na reportagem da Rede de Jornalismo Internacional (Injet) em matéria de Geluso (2020) sobre a covid-19. Para a psicóloga Yasmine Saad (2020):

O luto é um processo tão pessoal e a personalidade da pessoa, sua cultura e as suas crenças se filtram tanto que o melhor conselho é a sua intuição. Empatia é captar o que a pessoa está transmitindo, corresponder e sintonizar-se com ela. É dessa forma que o jornalismo e, essencialmente na figura do repórter, tem um papel fundamental em transmitir todos estas variáveis emoções e sensibilização do sentimento às pessoas próximas.

3.4 A RAZÃO E A EMOÇÃO NO JORNALISMO DE INFOTENIMENTO

No que tange ao aspecto racional, o telejornalismo tradicional com seus noticiários já muito populares, como *Jornal Hoje* e *Jornal Nacional*, da Rede Globo, tem como base estratégias narrativas que utilizam estilos próprios para se contar um fato, com o intuito principal de transmitir informação ao público.

O noticiário puro, com a busca pela atratividade a todos os tipos de telespectadores – de norte a sul do país – é demarcado como característica. A exemplo do *Jornal Nacional*, o jornalista William Bonner destaca, em pesquisa de Pereira (2015, p. 31), que este noticiário segue um modelo de “mostrar aquilo que de mais importante aconteceu no Brasil e no mundo naquele dia, com isenção, pluralidade, clareza e correção”.

A ideia do jornalismo racional baseia-se na notícia, ou seja, como remete Arbex Junior (2002, p. 104): “o retrato do fato tal como ele realmente aconteceu” e “no contato com o fato desde a informação sobre o fato; a formação pelo fato; a atualidade do fato e o estilo determinado pelo fato” e, assim, conduz para uma objetividade e, essencialmente, à retratação verídica dos fatos apurados e checados.

Em um outro cenário presente nos dias de hoje, o telejornalismo reproduz também o que gera emoção e impacto sentimental às pessoas; características estas que se enquadram, prioritariamente, às revistas telejornalísticas de entretenimento. O ato de entreter o público, como destaca Trigo (2003, p. 33 *apud* CARVALHO, 2014, p. 19), ganha um enquadramento, principalmente a partir do século XIX e início do século XX de estar “associado ao popular, distante portanto, da cultura elitista da nobreza, da intelectualidade e do artístico”.

É dessa forma que o *infotainment* ganha repercussão: mescla a linguagem e os formatos típicos adotados pelo meio da informação, do telejornalismo tradicional às linguagens e métodos aplicados no entretenimento; é o gênero que define o “conteúdo do entretenimento no jornalismo”. Carvalho (2014) se utiliza de uma citação de Dejavite (2006) para depreender o sentido deste gênero:

Grosso modo, o jornalismo de INFOTENIMENTO é o espaço destinado às matérias que visam informar e divertir, com por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. (DEJAVITE, 2006 *apud* CARVALHO, 2014, p. 72).

Dentro do *infotimento*, a representatividade e a variedade de temas, o detalhe e a forma são essenciais. Nele, agrega-se “o lado simples da notícia, a provocação do imaginário social, e a interpretação e recriação dos fatos”. (CARVALHO, 2014, p. 27).

Carvalho (2014) organiza as principais características presentes no jornalismo de *infotimento*. Uma característica ausente a esse conceito é de amplo destaque a ser feito: a não obrigatoriedade à apresentação/mediação por um jornalista.

Para Carvalho (2014), entre as principais características do *infotimento*, estão:

- a) ele informa e noticia os fatos de interesse público;
- b) ele tem a capacidade de distrair o público;
- c) ele mexe com as emoções do telespectador;
- d) ele tem um formato de apresentação mais livre e espontâneo.
- e) ele se alimenta de conversas;
- f) ele tem o intuito de informar e entreter ao mesmo tempo.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A fim de compreender a cobertura jornalística que envolveu a morte da cantora Marília Mendonça, em 5 de novembro de 2022, faremos até o final desta monografia uma análise da cobertura da Rede Globo.

Essa análise seguirá o método de Análise de Conteúdo (AC) com referência de Bardin (1977), buscando observar de que maneira os objetos centrais (programas) – *É de Casa*, exibido na manhã do dia seguinte ao acidente, 6, e *Jornal Nacional*, de mesma data – repercutiram o evento. Para isso, serão adotadas as seguintes categorias de análise: I) a morte da cantora; II) a carreira de Marília; III) os fãs e os famosos; e IV) o velório.

4.1 AC

É cada vez mais amplo o processo de discurso, narrativa e comunicação difundido pela grande mídia. Vive-se uma era em que a compreensão dessas linguagens se torna sumariamente importante; a forma de apreender sobre os contextos. Nesse sentido, ganha importância na Comunicação, a partir dos anos 1950, com início nos Estados Unidos, um novo método de estudo, ligado à Ciência e sob estudo de conteúdos jornalísticos: por este se denomina *Análise de Conteúdo* (BARDIN, 2011, p. 15).

A Análise de Conteúdo, segundo remete a autora, tem duas funções principais: a *heurística*, ou seja, explorar o que se vê a fim de se tomar uma descoberta sobre o que se analisa (p. 30). E a de *administração de provas*, que se relaciona à criação de hipóteses por meio de indagações ou afirmações a partir de condutas; diz respeito, ainda, à instrumentação de uma prova por meio de análise.

A partir da Análise de Conteúdo, iremos relacionar as coberturas do *É de Casa* e do *Jornal Nacional* do dia 6 de novembro de 2021, pós-acidente e morte de Marília Mendonça, utilizando as três principais etapas descritas por Bardin (2011) – a *pré-análise*, a *exploração do material* e o *tratamento dos resultados* – de forma a estruturar o que e por que seguiremos tal linha de estudo.

A etapa inicial da *pré-análise* compreende a organização da posterior análise, com a definição de procedimentos. No caso estudado, remete às escolhas dos programas a serem investigados – *É de Casa* e *Jornal Nacional*. Os dois programas

de 6 de novembro tiveram uma decupagem e uma transcrição completa do material, de forma a facilitar o *corpus* da pesquisa. A transcrição foi realizada por meio de tempos das matérias, passagens, entrevistas, notas simples e participações dos apresentadores ao longo do telejornal, *Jornal Nacional*, e da revista, *É de Casa*. As transcrições, ao final da realização, foram marcadas em cores de destaque diferentes, de acordo com as posteriores categorias que serão analisadas. Foram adotadas as seguintes cores:

- a) cor azul como destaque aos trechos sobre a morte da cantora;
- b) cor verde para a categoria da carreira de Marília Mendonça;
- c) cor vermelha à categoria dos fãs e famosos;
- d) cor roxa em destaque ao velório.

Em um segundo momento, realiza-se o que Bardin (2011) define como *fase de exploração*, que se relaciona às hipóteses e aos referenciais teóricos prévios, de maneira que acarretará um formato classificado, codificado e categorizado segundo Grybovski e Mozzato (2011) em referência a Bardin (2006).

Por fim, em um terceiro momento, se realiza uma interpretação e a inferência do autor sobre todo o processo de análise já construído:

As interpretações a que levam as inferências serão sempre no sentido de buscar o que se esconde sob a aparente realidade, o que significa verdadeiramente o discurso enunciado, o que querem dizer, em profundidade, certas afirmações, aparentemente superficiais (CÂMARA, 2013, p. 11).

Em uma dimensão mais ampla, cada análise, porém, tem uma estrutura, um objeto, uma maneira de comunicar e, essencialmente, abordagens diferentes de acordo com o que o autor se propõe a analisar e a pôr à discussão aos leitores.

4.2 DESCRIÇÃO DO OBJETO

Os dois programas – *É de Casa* e *Jornal Nacional* – foram escolhidos como objetos principais de análise devido à sua relevância e à sua credibilidade aos dois gêneros que se enquadram dentro da Rede Globo: de entretenimento, em formato revista eletrônica (*É de Casa*); e informativo, como telejornal (*Jornal Nacional*). Com mais tempo no ar, desde 1969, o *Jornal Nacional* é “produto da credibilidade da notícia no ar”, como definia Roberto Marinho, fundador da Rede Globo, em depoimento do ex-diretor-geral de jornalismo, Carlos Henrique Schroder. O jornal tinha à época como

concorrente o *Repórter Esso* – noticiário de rádio e TV que deixava a notícia mais impactante para o final; o JN, por outro lado, logo na escalada, abria com as informações mais relevantes e expressivas do dia.

Na edição de 6 de novembro de 2021, o telejornal teve apresentação dos jornalistas André Trigueiro e Mariana Gross – os titulares do programa, William Bonner e Renata Vasconcellos, estavam de férias e, no dia anterior à morte de Marília Mendonça, a apresentação foi de Ana Paula Araújo e Hélder Duarte.

Na edição analisada, ou seja, um dia depois do acidente, o tempo de duração do programa foi de 54min56s, com um total de três blocos. Em se tratando de reportagens, tanto à temática “Marília Mendonça” quanto a outros assuntos, o telejornal dedicou, aproximadamente 48min. A escalada de abertura totalizou 59s, com 39s sobre a morte da cantora e outros 20s para as demais matérias.

O telejornal foi estruturado em um total de sete matérias com o plano de fundo “Marília Mendonça”. A composição se deu com:

Quadro 2 – Reportagens e sonoras Marília

BLOCO 1	BLOCO 2	BLOCO 3
<p>REPORTAGEM 1: Fábio Castro e Honório Jacometto Goiânia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - despedida dos fãs e a aglomeração de pessoas fora do Ginásio Goiânia Arena (Fábio) - chegada dos corpos à Goiânia (Fábio) - velório (Fábio) - cortejo Bombeiros corpos (Honório) 	<p>DEMAIS REPORTAGENS:</p> <p>Imobilização mulher e bebê de colo por Policiais Militares, em Itabira-MG</p> <p>Morte de 99 pessoas em explosão de caminhão de combustível, em Serra Leoa, na África</p>	<p>REPORTAGEM 5: Fabiana Almeida</p> <ul style="list-style-type: none"> - passagem ao vivo e matéria investigações
<p>SONORAS – REP 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrevista 1: Fã Jéssica Oliveira; Entrevista 2: Fã Neide Gonçalves Lopes; Entrevista 3: Fã Bárbara Cristina; Entrevista 4: Fã Rosicleide Lima 	<p>DEMAIS REPORTAGENS:</p> <p>Festival de Música no Texas – Morte de 8 pessoas e 300 feridos em um tumulto</p> <p>Aprovação Congresso Norte-americano de US\$ 1 trilhão para investimento em infraestrutura por Joe Biden</p>	<p>SONORAS – REP.5:</p> <ul style="list-style-type: none"> Entrevista 1: Maurício Carvalho advogado Marília Entrevista 2: Alexei Vivan – Associação Brasileira das Companhias de Energia Elétrica
<p>REPORTAGEM 2: Honório Jacometto: despedida de Marília fãs, porta do cemitério</p>	<p>DEMAIS REPORTAGENS:</p> <p>Rodrigo Maia entra com mandado de segurança pedindo suspensão imediata do trâmite da PEC dos Precatórios no Congresso e a anulação da votação em primeiro turno</p>	<p>REPORTAGEM 6: Wallace Lara - Possíveis causas do acidente</p>

<p>REPORTAGEM 3: Zileida Silva – Velório piloto, copiloto e produtor</p>	<p>DEMAIS REPORTAGENS:</p> <p>Renúncia 21 cientistas a receber a medalha da Ordem do Mérito Científico após revogação do presidente Bolsonaro da homenagem a outros dois pesquisadores</p> <p>Números da pandemia</p>	<p>SONORAS – REP.6:</p> <p>Entrevista 1: Luiz Estáquio Morterane – instrutor de voo Entrevista 2: Roberto Peterka – especialista em segurança de voo Entrevista 3: Lito Souza – especialista em segurança aérea</p>
<p>SONORAS – REP.3</p> <p>Entrevista 1: irmão piloto avião – Helder Drummond</p>		<p>REPORTAGEM 7: Fernanda Graell – a carreira de Marília e o despertar para o Feminismo</p>
<p>REPORTAGEM 4: Luciana Mussi – local onde a cantora se apresentaria, em Caratinga-MG</p>		<p>SONORAS – REP.7:</p> <p>Entrevista 1: Cantora Pitty Entrevista 2: Cantora Simaria Entrevista 3: Kamille Viola – jornalista e pesquisadora musical</p>
<p>SONORAS – REP.4</p> <p>Entrevista 1: Jéssica Domingos Entrevista 2: Marcus Vinicius Moreira Entrevista 3: Ana Paula dos Reis Entrevista 4: Asília Ferreira (fãs que compraram ingresso para o show em Caratinga) Entrevista 5: Operário Renato que montou o palco</p>		<p>DEMAIS REPORTAGENS:</p> <p>Gols de sábado</p>
<p>DEMAIS REPORTAGENS:</p> <p>COP 26 - Glasgow Escócia e mudanças climáticas Suíça – Repórter Bianca Rothier Zurique, Suíça e previsão do tempo</p>		

Fonte: O autor (2022).

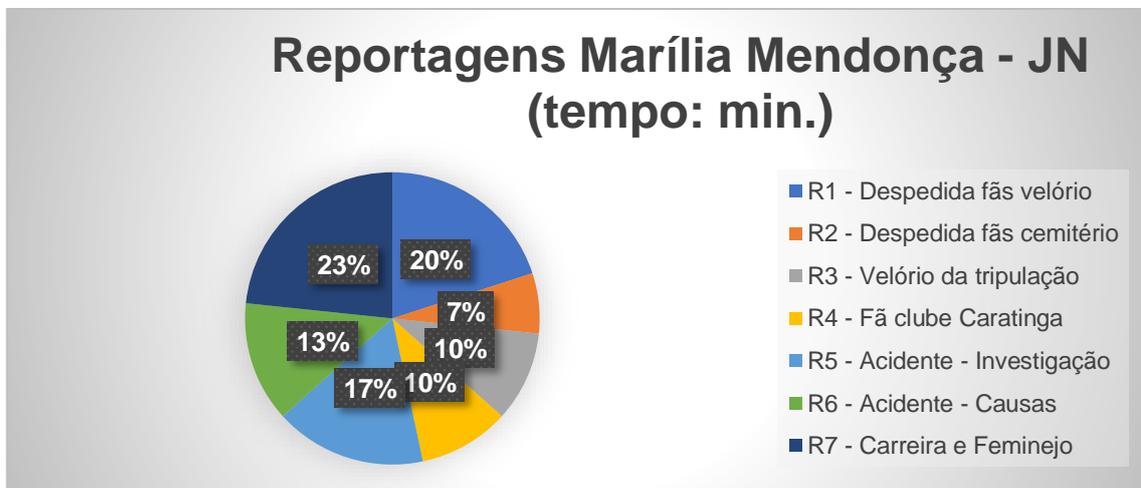
Gráfico 1 – Matérias Marília e outros – Jornal Nacional



Fonte: O autor (2022).

O Gráfico 1 apresenta de que forma o *Jornal Nacional* constituiu o telejornal em relação às suas matérias. O programa dedicou aproximadamente 30min de reportagens sobre o caso Marília Mendonça, enquanto as demais temáticas ocuparam um total \cong de 18min. No Gráfico 2, apresentaremos como se deu a composição das reportagens da cantora em sua minutagem.

Gráfico 2 – Reportagens Marília – Jornal Nacional



Fonte: O autor (2022).

As Reportagens R1 a R7 tiveram os seguintes tempos:

- R1 = 6min
- R2 = 2min
- R3 = 3min
- R4 = 3min
- R5= 5min

- R6 = 4min
- R7 = 7min

Já o *É de Casa* foi criado em 2015 para ocupar a grade das manhãs de sábado da Globo. No início da veiculação da revista na programação, o propósito era de repercutir o que de mais importante foi pauta da semana, “trazendo temáticas da rotina das pessoas, como arrumação da casa e problemas de relacionamento”. (MEMÓRIA GLOBO, 2021).

A interatividade com o público e a participação dele com os apresentadores é a marca do programa, assim como a pluralidade deste público: “desde jovens a adultos e a família como um todo”. (MEMÓRIA GLOBO, 2021).⁸

Diferentemente do *JN*, o *É de Casa* tem um formato mais diversificado, com matérias mais do dia a dia, dos costumes, de família, entrevistas mais informais sem a adoção de uma linguagem regrada do jornalismo de telejornal, assim, o programa é ligado ao gênero do entretenimento.

No *É de Casa*, a participação do público é constante: vídeos, fotos e textos enviados pelos internautas aparecem direto nos tablets dos apresentadores durante o programa. As redes sociais, além da própria plataforma do Gshow, são os instrumentos para que essa conversa seja permanente. (MEMÓRIA GLOBO, 2021).

Na edição da manhã do dia 6 de novembro de 2021, o *É de Casa* ocupou o horário entre 6h50 e 12h, em um total de 4h52min, ou 292min. O programa contou com a participação do repórter e apresentador do programa Manoel Soares diretamente do local do acidente, em Caratinga (MG). A edição foi comandada pelas jornalistas Ana Furtado e Tati Machado, direto do estúdio do *É de Casa*, nos Estúdios Globo, no Rio de Janeiro.

Ao longo de todo o programa, Manoel fazia entradas ao vivo com entrevistas e relatos pessoais sobre os momentos do acidente, as investigações, o ambiente de comoção e luto na cidade e concluindo com a sua percepção analítica a todo o processo que envolveu a cobertura: “Valeu o esforço tanto meu quanto do Oscar de vir, porque não é só uma cobertura jornalística, é um ato de respeito para com ela, para com você que assiste.”

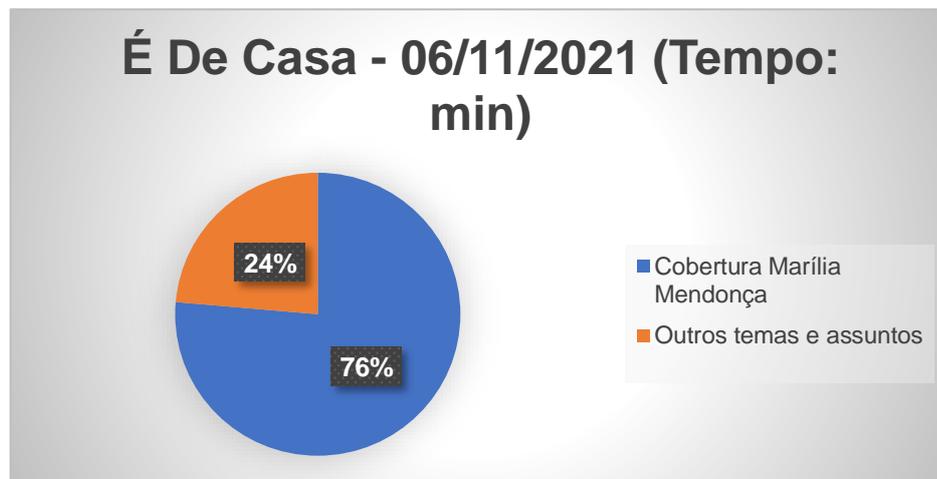
⁸ MEMÓRIA GLOBO. *É de Casa*. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/auditorio-e-variedades/e-de-casa/noticia/programa.ghtml>. Acesso em: 26 out. 2022.

Entre 4h31min18s até 4h32min37s⁹, Soares concluiu, emocionado, com um recado à mãe da cantora, Rute Moreira, de 53 anos:

O que tá acontecendo com a senhora contraria a lei da natureza. A lei da natureza não é a gente enterrar os nossos filhos; a lei da natureza é eles nos verem partir. Eu não faço ideia do que a senhora tá sentindo, mas eu quero dizer à senhora que a senhora tem agora um pouquinho de sua filha agora no coração de cada brasileiro. Um pouquinho da sua filha no coração desse cara que tá aqui, dessas pessoas que tão apresentando. Por mais doloroso que seja, também nos fez lembrar essa frase que tá sendo tão repetida que a danada da vida é um sopro, que a gente não pode deixar para amanhã, a gente não pode fingir que não ama. O bom que a sua filha viveu com a senhora, o seu último aniversário, ela abraçou a senhora teve do seu lado e quando tudo isso passar vou querer lhe dar um abraço bem apertado. (REDE GLOBO, 2021).

No Gráfico 3, é possível visualizar de que forma o programa *É de Casa* deu espaço à cobertura do acidente da cantora Marília Mendonça e a outros assuntos. Para a composição desse, considerou-se o programa em minutos.

Gráfico 3 – Cobertura Marília e Outros – *É de Casa*



Fonte: O autor (2022).

O programa reuniu mais de 223 minutos de matérias gravadas, entrevistas ancoradas pelas apresentadoras com especialistas em acidentes aéreos, amigos da cantora e famosos. Além do depoimento de fãs, a realização de boletins ao vivo de repórteres em Goiânia (GO) e em Caratinga (MG), a participação das apresentadoras Ana Furtado e Tati Machado e as repercussões com o jornalista Rodrigo Bocardi, do *Jornal Hoje*, que comandaria o telejornal à tarde.

⁹ REDE GLOBO. *É de Casa*. Tempo: 04h31min18s até 04h32min37s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10016562/>. Acesso em: 27 out. 2022.

Os repórteres Hérisher Matias e Geovana Dourado também estiveram envolvidos na cobertura naquela manhã, realizando passagens ao vivo no local do acidente e no Ginásio Goiânia Arena, onde ocorreria o velório da cantora. Hérisher foi o primeiro repórter de TV a chegar no local do acidente e relatou dificuldade ao participar do início da cobertura, no dia anterior. O repórter iniciou a sua participação nos programas *Plantão Globo* e *Boletim JN*, à tarde; e seguiu, à noite, no *Jornal Nacional* daquele dia 5 de novembro – dia do acidente. O trecho foi destaque entre os minutos 10min03s até 11min01s¹⁰:

Foi um momento delicado porque a gente fica pensando como a gente poderia passar as informações para essas pessoas que estavam em casa e os familiares. Como lidar com isso, já que é uma situação trágica independente da pessoa que tivesse no avião. Tínhamos uma ideia de que aquelas pessoas não tivessem sobrevivido àquele acidente, mas ainda tendo esperança, como o respeito à família. (REDE GLOBO, 2021).

4.3 ANÁLISE DO OBJETO

Para a análise que se segue, serão levadas em conta quatro categorias de forma a compreender a cobertura do *É de Casa* e do *Jornal Nacional* no dia posterior ao acidente de Marília Mendonça. As categorias de análise terão como orientação a Análise de Conteúdo de Bardin (2011).

4.3.1 A morte de Marília

Como já citado previamente nesta pesquisa, toda morte que envolva uma celebridade carrega um peso jornalístico significativo e dois valores-notícia importantes – morte e celebridade. Com a morte de Marília Mendonça não foi diferente. Entretanto a cobertura do falecimento da cantora teve diferenças de abordagem e de foco entre os dois programas em análise – *É de Casa* e *Jornal Nacional*.

O programa *É de Casa*, transmitido durante toda a manhã do sábado, dia 6 de novembro de 2021, buscou trazer detalhes do que foram os primeiros momentos

¹⁰ REDE GLOBO. *É de Casa*. Tempo: 10min03s até 11min01s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10016562/>. Acesso em: 27 out. 2022.

depois da queda da aeronave, a partir de entrevistas com o proprietário da área onde o avião caiu, Aníbal Martins.

Os repórteres apoiaram-se muito nesse relato para passar a emoção do luto àqueles que mais acompanhavam a cantora, os seus fãs. A entrevista realizada com a dona Tereza, avó de Marília e mãe de Abicieli, tio de Marília, no *É de Casa*, exprime exatamente o que o programa, estruturado de forma mais intimista e afetiva, queria trazer: a tristeza para o público. Porém, nessa situação, talvez teria sido mais adequado evitar a exposição da senhora e protegê-la no momento de dor, com a perda de dois familiares.

O *Jornal Nacional*, por outro lado, que não esteve ao vivo no local do acidente, abordou, por meio de reportagens gravadas, a morte de Marília sob uma ótica mais informativa, não ressaltando a emoção de familiares e fãs, mas buscando a informação – princípio-base do jornalismo de credibilidade. No telejornal, foram observados os valores éticos e de respeito ao luto e ao sentimento humano, defendendo, sim, uma liberdade de expressão entre os jornalistas e os entrevistados, mas adotando o que já foi discutido nesta monografia: a inviolabilidade do lado humano.

Assim, pode-se inferir que uma cobertura jornalística da morte de uma celebridade, mesmo tendo importância e relevância no cenário sociocultural, não necessita mostrar os fatos como um espetáculo de entretenimento.

A morte deve ser tratada de uma maneira correta, ética e respeitosa em relação aos parentes, amigos, fãs e indivíduos que conheceram a pessoa. Assim, os princípios do *infotimento* trazidos por Carvalho (2014) como a “capacidade de distrair o público” e de “mexer com as emoções do telespectador” são inapropriados para o contexto. Isso se aplica, ainda mais, se considerarmos o que Traquina (2013) aponta com referência à morte de alguém: ela carrega um peso, tem espaço no jornalismo e, por vezes, até se torna um evento grandioso. Ou seja, o valor que a morte tem sobre várias pessoas é muito maior do que uma cobertura telejornalística habitual.

4.3.2 A carreira de Marília

No que tange à carreira de Marília Mendonça, pode-se dizer que os espaços e os tempos de programação destinados a este enfoque foram muito semelhantes entre o *É de Casa* e o *Jornal Nacional*. Por se enquadrar no conceito de celebridade, com

uma distinção e relevância sobre as pessoas comuns, a cobertura da morte da cantora ressaltou a contextualização da carreira e a sua importância muito expressiva para a música sertaneja.

A relevância do novo subgênero musical consagrado por Marília, o *feminejo*, é tratada nos dois programas com muito destaque em relação às questões de gênero e de machismo que muito se apresentam ainda hoje no mundo da música. Isso é evidenciado pela própria passagem gravada pela repórter Fernanda Graell, em que manifesta (48min35s até 48min52s):

Marília Mendonça começou a compor muito cedo. Primeiro, as letras eram cantadas por artistas homens, mas ela queria quebrar paradigmas, enfrentar o machismo, dar voz e empoderar mulheres e, assim, nasceu o movimento batizado feminejo. (REDE GLOBO, 2021).

O *feminejo* deu espaço para que novas vozes femininas começassem a ascender no gênero sertanejo e ganhar destaque e relevância, anteriormente restrita a muitos músicos homens. O olhar de outras artistas mulheres, como a cantora Simaria, símbolo do gênero sertanejo, trazido no *É de Casa*¹¹ e no *Jornal Nacional*¹², e da pesquisadora musical Kamille Viola¹³, amplia o papel da mulher na música. Kamille destacou:

Era gravado por homens, mas ela [Marília] queria cantar as próprias músicas e ela [Marília] insistiu nisso, conseguiu. E quando o primeiro sucesso dela estourou, ela acabou também trazendo junto as outras mulheres da geração dela. O sucesso da Marília ajudou impulsionar essa geração inteira do feminejo. (REDE GLOBO, 2021).

Da mesma forma, dar espaço jornalístico à discussão de assuntos sociais como a valorização e a equidade de gênero em todos os ramos, ainda mais na música, é de extrema importância. Fomentar a atuação cada vez mais significativa de mulheres no meio sertanejo é fundamental, considerando um olhar cidadão, homogêneo e amplo para todas as crenças, raças, etnias, gêneros e opções.

Tanto no jornalismo no formato tradicional – caso do *Jornal Nacional* – quanto nas informações que fazem parte dos programas de entretenimento – caso do *É de*

¹¹ REDE GLOBO. *É de Casa*. Tempo: 03h55min40s até 03h58min32s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10016562/>. Acesso em: 31 out. 2022.

¹² REDE GLOBO. *Jornal Nacional*. Tempo: 48min28s até 48min34s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 31 out. 2022.

¹³ REDE GLOBO. *Jornal Nacional*. Tempo: 49min06s até 49min29s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 31 out. 2022.

Casa – dão à artista, com a contextualização da carreira, um papel de grandiosidade aos seus shows à adesão pelo público e fãs às suas apresentações.

Como correlaciona Ferrés (1998), trazer para a televisão – um ambiente plural, democrático e heterogêneo –, é categoricamente significativo, haja vista o poder da informação. E, nesse caso, a informação converge ao que os dois programas, justamente, se propõem: dar visibilidade à artista Marília e às artistas, no geral, em um gênero musical tão desfavorecido para elas.

O enfoque que a revista eletrônica *É de Casa* e o telejornal *Jornal Nacional* dedicam à pauta feminina e à importância da mulher na sociedade, em um ambiente ainda movido sob muitos preconceitos, demonstra que estas discussões ainda devem ser levadas à tona o maior número de vezes possível. É, dessa forma, incentivando um cenário pacífico, harmonioso e, principalmente, de respeito, que poderemos superar todas as barreiras e obstáculos da nossa sociedade.

Em um país com inúmeros preconceitos contra a mulher e, principalmente, considerando a brutalidade dos crimes de feminicídio – com uma média de três mulheres morrendo diariamente vítimas deste crime no país, conforme dados de 2022¹⁴ –, exaltar e trazer a importância destas mulheres, não só de Marília Mendonça, mas de outras artistas e mulheres com papel de destaque, expõe a todos que qualificação, aptidão e conhecimento não estão ligados ao gênero masculino ou feminino.

4.3.3 Os fãs e famosos

Este critério foi bastante relevante nos dois programas. Tanto no *É de Casa* quanto no *Jornal Nacional*, tal aspecto ocupou muito do tempo nos programas. Ambos foram baseados, essencialmente, na avaliação de fãs/pessoas anônimas, além da repercussão de famosos – como artistas ligados à teledramaturgia, à música, e personalidades do esporte –, para condicionar o luto do povo brasileiro sobre a tragédia envolvendo a cantora Marília Mendonça.

Da mesma maneira, tanto no *É de Casa* quanto no *Jornal Nacional*, essa construção de relação de fãs e famosos que admiravam Marília focou no gênero das mulheres. Assim, grande parte das entrevistas com fãs e artistas/personalidades

¹⁴ BUENO, S.; LIMA, R. S. (coord.). **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2022**. [S. l.]: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2022.

centralizaram na fala de mulheres – como o caso do depoimento da cantora Pitty e da fã Rosicleide Lima, que, aos prantos, bradou: “Parece que não é real. Não dá pra acreditar ainda. É muito triste.”¹⁵

Como se conceitua no telejornalismo e no jornalismo em geral, a produção de reportagens advém da presença de fontes, entrevistas. No caso da participação dos fãs e dos famosos, essas fontes, segundo conceito de Lage (2001), se organizam como fontes secundárias, por se apropriarem de um tema central e de reportagens que contextualizam o caso.

No *É de Casa*, inclusive, a participação dos fãs se deu sobre uma dimensão até maior: o apresentador do *Jornal Hoje* – jornal que entraria após as programações locais com os jornais locais e *Globo Esporte* –, Rodrigo Bocardi, entrevista um fã de nome Pedro, que recebeu uma ligação de Marília Mendonça no começo da semana da morte da cantora (ela morreu em uma sexta-feira e realizou o seu último show na segunda-feira).

O fã estava consternado e em estado de choque ainda, sem acreditar na morte de uma pessoa que conversara há tão pouco tempo. A ligação de Marília para ele será um momento guardado para sempre e que mexeu muito consigo. Pedro comentou: “Foi um misto de emoção, porque eu realmente não esperava. Era a [pessoa] que eu menos esperava receber uma ligação no momento. E quando ela falou o nome eu fiquei realmente surpreso.”¹⁶

No *Jornal Nacional*, outro exemplo trouxe o alcance e a representatividade da cantora para o universo sertanejo. A jovem Ana Paula dos Reis Alves, membro de um fã-club de Caratinga (MG), que divulgou o último show de Marília na cidade, em 31 de outubro, manifestou a relação das letras da cantora e as suas postagens nas redes sociais, como um certo presságio ao que ocorreria na tarde daquele dia 5 de novembro. “Acaba que algumas letras se encaixaram no acontecimento. ‘Que a saudade vai ficar dentro de casa’ e infelizmente a gente não vai conseguir ter ela de volta”, destaca, lastimando o ocorrido, Ana Paula.¹⁷

¹⁵ REDE GLOBO. *Jornal Nacional*. Tempo: 06min28s até 060min319s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

¹⁶ REDE GLOBO. *É de Casa*. Tempo: 03h39min39s até 03h40min40s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10016562/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

¹⁷ REDE GLOBO. *Jornal Nacional*. Tempo: 14min45s até 14min54s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

Figura 5 – Divulgação show Marília 31 de outubro de 2021 – Jornal Nacional



Fonte: Rede Globo (2021).

4.3.4 O velório

O aspecto do velório, principalmente no *É de Casa*, teve um apelo emocional e a transformação dos fatos de uma maneira tão espetacular, que passava a noção de que, por vezes, não se estava sendo feita uma cobertura jornalística e, sim, de entretenimento. A exposição do trajeto do carro da funerária saindo com o caixão de Marília até o Ginásio Goiânia Arena¹⁸, onde ocorreria o velório, e a passagem de repórteres ao lado de fora do ginásio demonstram o impacto da morte na cidade, e a relação de uma celebridade que perdeu a vida em um local desconhecido na mídia.

Figura 6 – Saída corpo Marília funerária – *É de Casa*



Fonte: Rede Globo (2021).

¹⁸ REDE GLOBO. *É de Casa*. Tempo: 01h04min19s até 01h04min57s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10016562/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

Para ratificar esse momento, o programa transmitiu informações sobre a liberação dos corpos dos outros ocupantes da aeronave com uma definição detalhada dos momentos que antecederam o velório, a passagem dos fãs e familiares no ginásio para se despedir da cantora trouxe muito impacto no espaço social da cidade. A instantaneidade que a morte carrega consigo traz um paralelo do que é a rotina produtiva de uma redação jornalística atualmente.

Conforme resgata Paternostro (2006), condicionando à internet o novo momento revolucionário da Comunicação dos dias atuais, tudo se tornou instantâneo e, assim, noticiar a morte configura um desafio para o jornalismo. Um desafio ético, a se considerar o lado de se noticiar com veracidade completa e apurada aquela informação; e um desafio de tempo, de forma a não perder uma notícia de tamanho impacto como a morte, o velório, o enterro e as despedidas, no geral, de alguém que tenha tamanha importância para a sociedade, como o caso da cantora Marília Mendonça.

No *Jornal Nacional*, o velório está intimamente condicionado ao envolvimento dos fãs e familiares com a artista: em dois trechos, o telejornal traz o relato da primeira fã – Bárbara Cristina¹⁹ – a entrar no Ginásio Goiânia Arena para se despedir de Marília. Ao sair do local, ela comenta, emocionada: “É difícil. Me coloco no lugar dela como mãe, como esposa, como filha, difícil. Nova demais, deixa um filho pequeno; não é fácil”, finaliza.

Da mesma forma que o *É de Casa* transmite o traslado do corpo de Marília da funerária ao Ginásio Goiânia Arena, o JN acompanha o traslado dos corpos por meio de um longo cortejo de carros²⁰ e do Corpo de Bombeiros e Polícia Militar, realçando a importância da artista para o país.

Mesmo em um dia de muito calor em Goiânia, com grandes filas de pessoas, a despedida de uma celebridade de tamanha relevância transpõe o lado humano e se torna, como já expresso nesta monografia, para o autor Edgar Morin, uma idolatria paralela à uma endeusalização.

Nesse sentido, Morin (1989) manifesta que a morte e os seus ritos em torno dela estão intimamente ligados à grande mídia, ao poder da imprensa – como o rádio

¹⁹ REDE GLOBO. *Jornal Nacional*. Tempo: 05min55s até 06min10s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

²⁰ REDE GLOBO. *Jornal Nacional*. Tempo: 05min43s até 05min54s. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

e, nos dias de hoje, a televisão e a internet – sobre as pessoas. E, diante de que a mídia repercute o que é de credível, ela condiciona os fatos pessoais e profissionais daquela pessoa de forma a elevar os seus feitos. Para Rondelli e Herschmann (2005 *apud* BUENO, 2016, p. 79):

A morte surge aqui como o principal pretexto para a recuperação da vida de quem morre. Este artifício é bastante evidenciado pelas imagens que passam a ser produzidas: enquanto num primeiro plano aquelas se detêm sobre os ritos e cerimônias e acontecimentos em tempo real que circundam o morto, num segundo plano vai emergindo episódios, passagens de sua vida escolhidos, geralmente, de modo a intensificar o clima de pesar daquelas cenas do primeiro plano.

A morte não só impacta o individual, como impacta o coletivo: ela altera o conjunto das ações de uma sociedade e, com o sentimento de dor por ela criada, aflora à relação construída por toda uma vida com o ente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi compreender como o telejornalismo e as celebridades estão cada vez mais conectados no mundo globalizado e multimidiático de hoje. Compreender que o jornalismo passa, sim, por transformações extremamente importantes, principalmente de linguagens, credibilização dos fatos e apuração da notícia. E, da mesma forma, estudar a temática de televisão, especialmente o telejornalismo, é algo extremamente complexo e amplo.

Ao longo desta pesquisa, ficou claro que os espaços que são dados a certas coberturas e outras têm diferenças significativas. Em uma cobertura de tragédia, além do lado informativo, prevalece a emoção do profissional jornalista que participa dela; sobre o luto da morte, um processo natural de todos os seres humanos, mas que, aos que ficam – familiares, amigos – traz uma dor sem tamanho.

A escolha pela investigação de acidentes aéreos, além do interesse, propriamente do pesquisador às temáticas que cercam o meio da aviação e, principalmente, a averiguação de acidentes aéreos, com o espaço já muito presente na televisão, com programas como *Tragédias Aéreas Recriadas (2022)* e *Mayday! Desastres Aéreos (2003)*, já demonstra como o meio televisivo está cada vez mais dando acesso à essa temática.

Em se tratando, principalmente, da morte de celebridades e personalidades, sejam elas de qualquer ramo, há um desafio ainda maior para o telejornalismo: com o caso da cantora Marília Mendonça, observou-se que o espaço que a emissora Rede Globo deu ao fato corrobora a importância artística da cantora, ao longo dos seus quase sete anos de carreira.

O acompanhamento que a mídia fez, desde o surgimento da cantora Marília Mendonça, no interior de Goiás; as suas principais canções; a presença cada vez mais numerosa de fãs, por todo o Brasil e no mundo; e a figura icônica do *feminejo*, compreende o momento que ela estava vivendo e o impacto profundo, até mesmo para o jornalismo, da sua morte. Fica nítido que o jornalismo, mesmo sempre confrontando com o inesperado, por vezes, nesses fatos – a morte de uma celebridade – que tratam de alterar drasticamente toda a estrutura de uma emissora jornalística, como foi o caso da Globo.

Em dois programas completamente diferentes, como o *É de Casa* e o *Jornal Nacional*, os quais têm estruturas, formatos (como tempo de duração e linguagem) e

públicos distintos, se amplificou o espaço por um fato de extrema relevância e impacto, como dimensionado nos valores-notícia do Jornalismo, propostos por Wolf (2010).

Com o instrumento de análise a partir das quatro categorias pensadas – a morte de Marília; a carreira; o impacto para fãs e famosos; e o velório –, pôde se perceber que, por característica primária do Jornalismo, os dois programas buscaram trazer a verdade dos fatos. Dimensionar a importância dos milhares de fãs, com mais de 335 obras musicais e 444 gravações cadastradas no banco de dados do Ecad, um dos maiores da América Latina, amplifica a importância da cantora para todo o Brasil.

O impacto dessa grande cobertura da Globo sob diferentes aspectos, não só extrai o que mais relevante foi do fato, com a participação de repórteres *in loco*, a produção de reportagens sobre o passado da cantora e a sua carreira, como vai ao encontro com a importância de uma investigação jornalística sobre o acidente. Os dois programas trouxeram a presença de profissionais especialistas em acidentes aéreos e segurança de voo, o que mostra o quão necessário é o Jornalismo a essas situações, uma vez que se tem de recorrer a outras fontes.

O jornalista tem formação para levar a notícias às pessoas. Normalmente, ele possui uma bagagem de diferentes editoriais, temáticas e, principalmente, no cenário das redes sociais, com a acentuação de notícias falsas, principalmente nos dias de hoje, cabe mais cuidado aos profissionais, o que, de certo modo foi perceptível em ambos os programas da Globo. Ainda mais no caso envolvendo a morte de Marília, desde a participação da assessoria de imprensa da cantora, o Jornalismo, seja ele de informação ou de entretenimento, tem o dever de dar voz àqueles que têm o domínio do assunto.

Em um momento em que as redes sociais estão sendo fontes primárias do público e mesmo para o Jornalismo, preconizar a checagem, como foi analisado nesta monografia, é de suma relevância à credibilidade e à legitimidade dos fatos sobre todos os agentes que estiveram no entorno dos episódios.

Por fim, acreditamos que deva se pensar a notícia como uma construção, um processo editorial, que zele por parâmetros ético-morais. Ao trazer e se adequar às lógicas de mercado, com a presença cada vez mais frequente de plataformas como o YouTube e TikTok, e de repórteres-amadores, como define Oliveira (2015). É preciso humanizar este tipo de cobertura, cuidando, porém, da prevalência do lado emotivo como foco à audiência, assim tornando as reportagens próximas ao sensacionalismo.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, C. **A Regra do Jogo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

ADLER, M.; RICCI, R. Avião de Marília Mendonça caiu a 4 km do aeroporto em Caratinga. **Estado de Minas**, 6 de nov. de 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2021/11/05/interna_gerais,1320420/aviao-de-marilia-mendonca-caiu-a-4-km-do-aeroporto-em-caratinga.shtml. Acesso em: 28 ago. 2022.

AGÊNCIA FORÇA AÉREA. Aeronáutica divulga relatório de acidente com Eduardo Campos. **Força Aérea Brasileira**, 19 jan. 2016. Disponível em: <https://www.fab.mil.br/noticias/mostra/24393/SEGURAN%C3%87A%20DE%20VOO%20-%20Aeron%C3%A1utica%20divulga%20relat%C3%B3rio%20de%20acidente%20com%20Eduardo%20Campos>. Acesso em: 20 out. 2022.

ALSINA, M. R.; SILVA, L. J. C. Ética e Jornalismo na era da Pós-verdade. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, 2018.

ANTUNES, A.; AZEVEDO, M. “Tão famosos que você provavelmente nunca ouviu falar”: uma reflexão sobre a “nova” categoria de sujeitos influenciadores do consumo”. **Revista Famecos**, v. 26, n. 3, p. 1-18, 2019.

ARAÚJO, L. S. Tragédia. Infoescola. Disponível em: <https://www.infoescola.com/artes/tragedia/>. Acesso em: 9 ago. 2022.

ARBEX JUNIOR., J. **Showrnalismo**: a notícia como espetáculo. 2. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2002.

BAITELLO JUNIOR, N. Siegrid Zielinski, a escavação do tempo profundo dos meios técnicos de comunicação e a importância das ciências arqueológicas. *In*: ZIELINSKI, S. **Arqueologia da mídia**: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir. São Paulo: Annablume, 2006.

BARBOSA, M. A morte imaginada. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 13., 2004, São Bernardo do Campo. **Anais [...]**. São Bernardo do Campo: UESP, 2004. GT Comunicação e Sociabilidade.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Paris: Universidade da França, 1977.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2006. (Obra original publicada em 1977)

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARONE, J. Those We've Lost. **New York Times**, atual. 9 set. 2022. Disponível em: <https://www.nytimes.com/interactive/2020/obituaries/people-died-coronavirus-obituaries.html>. Acesso em: 13 set. 2022.

BARROS, L. M. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latinoamericanas. *In*: MATTOS, M. A.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N. (orgs.). **Mediação & midiatização**. Salvador: EDUFBA, 2012. pp. 79-105.

BOBBIO, N. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1992.

BOORSTIN, D. J. **From the hero to Celebrity: the human pseudo-event**. Nova Iorque: Routledge, 2006. pp. 72-90.

BORTOLANZA, F. **Jornais Brasileiros e as suas estratégias para sobreviver diante da concorrência do jornalismo online**. 144f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**: Seguido de “A influência do jornalismo” e “Os jogos olímpicos”. São Paulo: Zahar, 1997.

BRAGA, M. Marília Mendonça realizou último show histórico e disparou: “Eu não quero ir embora”. **Fashion Bubbles**, 6 de nov. de 2021. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/noticias/famosos/marilia-mendonca-ultimo-show/>. Acesso em: 28 ago. 2022.

BRANDALISE, R.; NEGRINI, M. Hipóteses de trabalho na realização de uma cobertura jornalística em televisão. **Revista Comunicare**, v. 14, n. 2, 2014.

BRASIL. [Constituição (1988)]. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Brasília, DF: Presidência da República.

BRASIL. **Pesquisa Brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2015.

BRITTOS, V. C. **A televisão no Brasil, hoje**: a multiplicidade da oferta. São Leopoldo: Unisinos, 1999.

BUENO, A. V. **Colateral e adverso**: a midiatização da morte de artistas e celebridades. **Revista Temática**, v. 12, n. 4, p. 79-95, abr. 2016.

BUENO, S.; LIMA, R. S. (coord.). **Anuário Brasileiro de Segurança Pública 2022**. [S. l.]: Fórum Brasileiro de Segurança Pública, 2022.

CÂMARA, R. H. **Análise de conteúdo**: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerai, Rev. Interinst. Psicol.**, v. 6, n. 2, p. 179-191, 2013.

CAMPELLA, B. **A TV no Brasil**: seis décadas e muitas histórias. 2. ed. São Paulo: Matrizes, 2011.

CANELAS, C. F. L. **O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva**: causas e consequências. 294f. Tese (Doutorado em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais) – Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro, Porto, 2008.

CARVALHO, A. P. V. **Análise dos conceitos de Jornalismo Tradicional, Entretenimento e Jornalismo de Infotainment e as relações (in)existentes entre eles no meio televisivo**. 37f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Faculdade de Tecnologia em Ciências Sociais Aplicadas do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, Brasília, 2014.

CARVALHO; S. V. C.; NOLETTO, A. L. **Regionalização e Rotinas Produtivas: entraves, desafios e perspectivas**. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 21., 2019, São Luís (MA). **Resumos** [...]. São Luís (MA): Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, p. 4.

CASTRO, T. Há 25 anos, Gugu bateu recorde com tragédia com Mamonas Assassinas. **Notícias da TV**, São Paulo, 7 nov. 2021. Disponível em: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/ha-25-anos-gugu-bateu-recorde-com-tragedia-com-mamonas-assassinadas-69056>. Acesso em: 11 ago. 2022.

CAVALCANTI, D. B.; OLIVEIRA, S. B. Mudanças no Jornalismo: o Repórter-Amador e a Análise das Redes Sociais. **Revista Famecos**, v. 26, n. 2, 2019.

CHECAMOS, AFP. **Circula nas redes um vídeo que supostamente retrata o acidente que levou à morte da cantora Marília Mendonça, em 5 de novembro. Mas uma busca por fragmentos da gravação mostra que ela é compartilhada na internet há quase dez anos**. 06 de nov. de 2021. Twitter: @AfpChecamcos. Disponível em: <https://twitter.com/afpchecamcos/status/1457008895541514240>. Acesso em: 29 ago. 2022.

CHOQUEI. URGENTE: **Marília Mendonça estava no avião que caiu**. 5 nov. 2021. 16h37min. Twitter: @choquei. Disponível em: <https://twitter.com/choquei/status/1456707317043535882>. Acesso em: 29 ago. 2022.

CHOQUEI. **COMPARTILHEM: Marília Mendonça está viva, qualquer notícia informando a morte dela é fake news**. 5 nov. 2021. 16h46min. Twitter: @choquei. Disponível em: <https://twitter.com/choquei/status/1456709629254189063>. Acesso em: 29 ago. 2022.

CHRISTOFOLETTI, R. Para uma abordagem virtuosa do jornalismo. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, 2012.

COELHO, C. N. P.; MORAES, A. L. C. **Cultura da imagem e sociedade do espetáculo**. 1. ed. São Paulo: UNI, 2016.

COMO foi o acidente com o avião da Chapecoense. **Estadão**, c1995-2022. Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/esportes/como-foi-o-acidente-com-aviao-da-chapecoense/>. Acesso em: 22 ago. 2022.

CORNU, D. **Jornalismo e Verdade**: para uma ética da informação. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

COUTINHO, I.; MATA, J. A atuação do repórter na cobertura televisiva de tragédias: o olhar do jornalista como testemunha do fato que enuncia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 10, p. 379-398, 2013.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DEJAVITE, F. A. **INFOtenimento**: Informação + Entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas/Sepac, 2006.

DESASTRES Ambientais no Brasil. **Toda a matéria**, c2011-2022. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/desastres-ambientais-no-brasil/>. Acesso em: 9 ago. 2022.

Du Gay, P., Hall, S., Janes, L., Madsen, A. K., Mackay, H., Negus, K. *Doing cultural Studies: the story of the Sony Walkman*. 2nd edition. Sage Publications (in association with the Open University), 2013 [1997]

DRUMMOND, I. Mamonas Assassinas também morreram em acidente aéreo há 25 anos. **Estado de Minas Gerais**, 5 nov. 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2021/11/05/interna_gerais,1320399/mamonas-assassinas-tambem-morreram-em-acidente-aereo-ha-25-anos.shtml. Acesso em: 20 out. 2022.

É DE CASA. *In*: WIKIPEDIA: the free encyclopedia. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2010]. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%89_de_Casa. Acesso em: 12 out. 2022.

EPSTEIN, I. Quando um fato se transforma em notícia no jornalismo e na ciência. **Comunicação e Sociedade**, v. 28, n. 47, 2007.

FEMINEJO. *In*: Dicio – Dicionário Online da Língua Portuguesa. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/feminejo/>. Acesso em: 14 out. 2022.

FERNANDES, A. P. Televisão do Público: um estudo sobre a realidade portuguesa. **Sociologia, Problemas e Práticas**, n. 32, 2000, pp. 117-145.

FERREIRA, C. 'Tragédias Aéreas Recriadas': nova série sobre desastres aéreos estreia neste domingo. **Aeroin**, 13 fev. 2022. Disponível em: <https://aeroin.net/tragedias-aereas-recriadas-nova-serie-sobre-desastres-aereos-estreia-nesta-semana/>. Acesso em: 11 nov. 2022.

FERRÉS, J. **Televisão Subliminar**: Socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FORATO, T. Há 25 anos, Gugu batia o recorde no Ibope com morte dos Mamonas Assassinas. **Na Telinha**, 27 fev. 2021. Disponível em: <https://natelinha.uol.com.br/televisao/2021/02/27/ha-25-anos-gugu-batia-recorde-no-ibope-com-morte-dos-mamonas-assassinas-159512.php>. Acesso em: 20 out. 2022.

FRANÇA, V. R. V; SIMÕES, P. G. Celebidades como ponto de ancoragem na sociedade midiaticizada. **Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia**, v. 21, 2014.

G1. Ricardo Boechat, jornalista, morre aos 66 anos em queda de helicóptero em SP. **G1**, 11 fev. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao->

paulo/noticia/2019/02/11/ricardo-boechat-jornalista-morre-aos-66-anos-em-queda-de-helicoptero-em-sp.shtml. Acesso em: 21 set. 2022.

GALTUNG, J.; RUGE, M. A estrutura do noticiário estrangeiro – A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. *In*: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

GE. Kobe Bryant, astro da NBA, morre em acidente de helicóptero nos Estados Unidos. **GE**, 26 jan. 2020. Disponível em: <https://ge.globo.com/basquete/nba/noticia/acidente-de-helicoptero-mata-kobe-bryant-astro-da-nba.shtml>. Acesso em: 18 out. 2022.

GELUSO, A. Luto e Covid-19: Entrevistando familiares de vítimas. **Injet – Rede de Jornalistas Internacionais**, 8 set. 2020. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/luto-e-covid-19-entrevistando-familiares-de-v%C3%ADtimas>. Acesso em: 13 set. 2022.

GOMES, P. O.; OLIVEIRA, A. S. Os limites da liberdade de expressão: Fake News como ameaça à democracia. **Revista de Direitos E Garantias Fundamentais**, v. 20, n. 2, 2019.

GONÇALVES, J.; ROVIDA, M. O poder de resistir – alternativas da comunicação nos territórios simbólicos demarcados pela geografia da televisão. **Revista Alter jor.**, São Paulo, v. 26, n. 2, 2022.

GRUPO FOLHA. **Manual da Redação**: Folha de S. Paulo. 12. ed. São Paulo: Publifolha, 2008.

GRYBOVSKI, D.; MOZZATO, A. R. Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. **RAC**, Curitiba, v. 15, n. 4, p. 731-747, jul./ago. 2011.

HELAL, R.; CATALDO, G. A Morte e o Mito: As narrativas da imprensa na cobertura da morte de Ayrton Senna. *In*: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 4., 2004, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2004.

HOHENBERG, J. **Manual de jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura, 1962.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua – Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2017. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de Trabalho e Rendimento - PNAD, 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101631_informativo.pdf. Acesso em: 18 ago. 2022.

KARAN, F. **Jornalismo, ética e liberdade**. 4. ed. São Paulo: Summus Editorial, 1997.

KLEIN, E. J. C. O que o repórter faz? – Análise da participação das posições-sujeito no fazer jornalístico em Profissão Repórter. *In*: COLÓQUIO INTERNACIONAL

TELEVISÃO E REALIDADE, 2008, Salvador. **Anais [...]**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2008.

LANGBECKER, A.; CASTELLANOS, M. E. P.; CATALAN-MATAMOROS, D. O que os valores-notícia podem nos dizer sobre o Sistema Único de Saúde? Explorando aportes teórico-conceituais da noticiabilidade. **Interface**, Botucatu, v. 23, 2019.

LAGE, N. **A Reportagem**: teoria e técnica de entrevista e Pesquisa Jornalística. 1. ed. Record, 2001.

LOPES, B. K. A Onda do Fake News x O Direito. **Jus Brasil**, 15 nov. 2018. Disponível em: <https://beatriceekarlalopes.jusbrasil.com.br/artigos/648400463/a-onda-do-fake-news-x-o-direito>.

LUPA. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/>. Acesso em: 30 ago. 2022.

MACHADO DA SILVA, J. Imagens da irrealidade espetacular. In: ARAUJO, D. C. (org.). **Imagem (ir)realidade**: comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MARÍLIA Mendonça morre após queda de avião em Minas Gerais. **R7 Entretenimento**, 5 nov. 2021. Disponível em: <https://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/marilia-mendonca-morre-apos-queda-de-aviao-em-minas-gerais-29062022>. Acesso em: 28 ago. 2022.

MARQUES, A. O processo de produção e a pauta jornalística: sistematizando características e práticas. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: ECA/USP, 2017.

MARTINS, H. Era dos Robôs chega às eleições. **Agência Brasil**, Brasília. 21 dez. 2017. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-12/fake-news-censura-e-controle-na-internet-era-dos-robos-chega-eleicoes>. Acesso em: 30 ago. 2022.

MATTELART, M.; MATTELART, A. La Recepción: el retorno al sujeto. **Diálogos de la comunicación**, n. 30, p. 10-18, 1991.

MATTOS, S. **A televisão no Brasil (50 anos de história: 1950-2000)**. Salvador: PAS, 2000.

MELO, C. Tragédia do Gran Circus Norte-Americano: maior incêndio do Brasil completa 60 anos. **Diário do Nordeste**, 17 dez. 2021. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/ultima-hora/pais/tragedia-do-gran-circus-norte-americano-maior-incendio-do-brasil-completa-60-anos-1.3171651#>. Acesso em: 12 ago. 2022.

MEMÓRIA GLOBO. História Jornal Nacional. **Memória Globo**, 11 jan. 2022. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/historia/noticia/historia.ghtml>. Acesso em: 12 out. 2022.

MEMÓRIA GLOBO. Programa. **Memória Globo**, 28 out. 2021. Disponível em <https://memoriaglobo.globo.com/entretenimento/auditorio-e-variedades/e-de-casa/noticia/programa.ghtml>. Acesso em: 26 de out. de 2022.

- MIRANDA, M. D. A. A pauta jornalística se adapta aos novos tempos da televisão brasileira. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 34., 2016, São Paulo. **Resumos** [...]. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.
- MOREIRA, T.; RIOS, R. A Construção da Celebridade Midiática no Contexto dos *Digital Influencers*. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 34., 2016, São Paulo. **Resumos** [...]. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.
- MORIN, E. **As estrelas**: mito e sedução no cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- MORTES e casos conhecidos de coronavírus no Brasil e nos estados. **G1**, São Paulo, 13 set. 2022. Disponível em: <https://especiais.g1.globo.com/bemestar/coronavirus/estados-brasil-mortes-casos-media-movel>. Acesso em: 13 set. 2022.
- NEGRINI, M. A produção de sentidos sobre morte no telejornalismo. *In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL ANÁLISE DE TELEJORNALISMO: DESAFIOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS*, 2011, Salvador. **Anais** [...]. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2011.
- NEGRINI, M.; AUGUSTI, A. R. **O legado de Guy Debord**: reflexões sobre o espetáculo a partir de sua obra. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação.
- NEGRINI, M.; REDÜ, N. S. O relato testemunhal na cobertura do Jornal Hoje à tragédia de Brumadinho: reflexões a partir de modos de endereçamento. **Paradoxos**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 143-159, 2021.
- NETO, V. O. P.; NEGRINI, M. Coberturas telejornalísticas a tragédias e mortes: reflexões sobre o caso Celso Daniel, o acidente com os Mamonas Assassinas e o incêndio da boate Kiss. *In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL*, 20., 2019, Porto Alegre. **Resumos** [...]. Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, p. 4.
- OLIVEIRA, S. B. **O repórter-amador**: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum. Recife: Editora Cepe, 2015.
- O QUE é um avião perder sustentação? **Treinamento 24**, c2020-2022. Disponível em: <https://treinamento24.com/library/lecture/read/284874-o-que-e-um-aviao-perder-sustentacao>. Acesso em: 28 ago. 2022.
- PATERNOSTRO, V. I. **O Texto na TV**. Manual de Telejornalismo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- PEREZ, F. Cantor Gabriel Diniz morre em acidente de avião em Sergipe. **R7 Notícias**, 27 maio 2019. Disponível em: <https://noticias.r7.com/cidades/cantor->

gabriel-diniz-morre-em-acidente-de-aviao-em-sergipe-29062022. Acesso em: 1 set. 2022.

PEREIRA, I. B. D. **Jornal Nacional**: a nova cara do telejornalismo. 115f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.

PIMENTEL, M. C. A construção da celebridade midiática. **Contemporânea**, v. 3, n. 1, 2005.

PIVETA, P.; SOUZA, F. N. A evolução tecnológica na edição do telejornalismo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 431-445, maio/ago., 2011.

POPPER, K. **Televisão** – Um perigo para a democracia. Lisboa: Gradiva Publicações, 1995.

PORFÍRIO, R. A. C. **Fake News e fact-checking**: mapeamento de práticas de verificação utilizadas por agências de checagem sul-americanas. 112f. Dissertação (Mestrado em Inovação em Comunicação e Economia Criativa) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2022.

PRADO, João R. **TV**: Quem vê quem. Rio de Janeiro: Eldorado, 1973.

QUINALIA, E. Carreiras estão surgindo por conta dos influenciadores digitais. **Exame**, 11 ago. 2017. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/geral/conheca-as-carreiras-que-surgiram-por-conta-dos-influenciadores/>. Acesso em: 25 ago. 2022.

REDE GLOBO. É de Casa. Programa de 06/11/2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10016562/>. Acesso em: 11 out. 2022.

REDE GLOBO. Jornal Nacional. Edição de 06/11/2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/10018079/>. Acesso em: 8 out. 2022.

RELEMBRE os maiores desastres ambientais da história do Brasil. **Ética Ambiental**. Disponível em: <https://etica-ambiental.com.br/desastres-ambientais-do-brasil/>. Acesso em: 9 ago. 2022.

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

RONDELLI, E.; HERSCHMANN, M. M. **Memória e Celebridades**. 2. ed. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

SERVIÇOS de TV por assinatura perdem 300 mil clientes em um mês, aponta Anatel. **Tudo Celular**. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias>. Acesso em: 12 ago. 2022.

SIMÕES, P. G. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. UERJ. **Logos 31 – Comunicação e Filosofia**, v. 16, n. 2, 2009.

SMART, B. **Modern Sport and the Cultural Economy of Sporting Celebrity**. New Delhi: SAGE, 2005.

SODRÉ, M. Sobre a episteme comunicacional. **MATRIZES**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 15-26, 2007.

SODRÉ, M. **Técnica de reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

SOUSA, J. P. **Elementos de jornalismo impresso**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2005.

SOUZA, G.; ANDRADE, I. H. Os Valores-notícia na cobertura de O povo vs O. J. Simpson. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 23., 2018, Belo Horizonte. **Resumos** [...]. Belo Horizonte: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018.

STRINGARI, R. **Rotinas de Produção no Telejornalismo**: práticas e discurso dos telejornais locais do meio-dia em Curitiba – um estudo comparativo e impacto do digital. 473f. Tese (Doutorado) – Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal, 2020.

STYCER, M. Desinformação e exibição de corpos marcam cobertura da morte de Marília. **Portal UOL Notícias**, 5 nov. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/colunas/mauricio-stycer/2021/11/05/desinformacao-e-exibicao-de-corpos-marcam-cobertura-da-morte-de-marilia.htm>. Acesso em: 29 ago. 2022.

TODA A MATÉRIA. Anos 50. **Toda a Matéria**, c2011-2022. Disponível em: <https://www.todamateria.com.br/anos-50/>. Acesso em: 18 ago. 2022.

TRAGÉDIA. *In*: Mini Houaiss – Dicionário da Língua Portuguesa. 3. ed. Rio de Janeiro, RJ: Objetiva, 2009.

TRAQUINA, N. Ser ou não ser notícia? *In*: TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2013. v. II, pp.59-60.

UM VÍDEO de 2012 foi compartilhado como se mostrasse a queda do avião de Marília Mendonça. **AFP Checamos**, 8 nov. 2021. Disponível em: <https://checamos.afp.com/http%253A%252F%252Fdoc.afp.com%252F9RA38T-1>. Acesso em: 29 ago. 2022.

URGENTE! Cantora Marília Mendonça morre aos 26 anos em acidente de avião em MG. 05 de nov. de 2021. Twitter: @UOL. Disponível em: <https://twitter.com/uol/status/1456725713713762307>. Acesso em: 29 ago. 2022.

WARDLE, C.; HOSSEIN, D. **Information Disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy maker. Strasbourg: Council of Europe, 2017

WHITE, T. **Jornalismo eletrônico**: redação, reportagem e produção. 4. ed. São Paulo: Roca, 2008.

WOLF, M. **Teorias da Comunicações de Massa**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Pró-Reitoria de Graduação
Av. Ipiranga, 6681 - Prédio 1 - 3º. andar
Porto Alegre - RS - Brasil
Fone: (51) 3320-3500 - Fax: (51) 3339-1564
E-mail: prograd@pucrs.br
Site: www.pucrs.br