



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

LUANA AZEVEDO OLIVEIRA ALVES

BICHO OU MELHOR AMIGO?
OS ENQUADRAMENTOS DA TEMÁTICA PET EM SITES DE NOTÍCIAS
LOCAIS

Salvador

2014

LUANA AZEVEDO OLIVEIRA ALVES

BICHO OU MELHOR AMIGO?

**OS ENQUADRAMENTOS DA TEMÁTICA PET EM SITES DE NOTÍCIAS
LOCAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
requisito parcial para a obtenção do grau de bacharel
do curso de Comunicação Social com Habilitação em
Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dr. Lia Seixas

Salvador

2014

AGRADECIMENTOS

A Deus, acima de tudo;

A minha mãe e irmão: vocês são a minha família, a quem eu amo imensamente e que está do meu lado, me incentivando sempre para o melhor. Mas também à minha tia Lizir, sem quem muitos dos meus sonhos jamais seriam possíveis ou teriam se concretizado;

Aos meus amigos, que fizeram desta jornada tão cheia de dúvidas um caminho mais doce, engraçado e sincero de se percorrer. Em especial a Tay, Dani, Amanita, Dudu, Rauli e Plínio;

Aos profissionais competentes com os quais tive o privilégio de trabalhar – sem vocês os grupos do Whats app seriam muito mais monótonos;

A Lia Seixas pela paciência e disposição durante toda a orientação, mesmo nos momentos mais difíceis neste semestre;

Ao Abrigo São Francisco de Assis por ter me permitido vivenciar o dia-a-dia de um voluntariado árduo, cheio de altos e baixos, mas que sempre é recompensado quando um cachorro que vive num abrigo com outros 300 e tantos iguais a ele, encontra uma família que vai amá-lo para o resto da vida. Essa experiência de gratidão e carinho com os animais é algo que tento levar para minhas relações humanas, sempre.

Obrigada.

RESUMO

Este presente trabalho de conclusão de curso objetiva analisar as notícias com temática pet publicadas pelo G1 Bahia, iBahia e Bahia Notícias, durante o ano de 2013 e identificar quais são os enquadramentos dominantes na representação dos pets, com foco em cães e gatos. Para identificar os tipos de enquadramento, foram levados em consideração os critérios de noticiabilidade presentes em cada matéria. Será usada como método de pesquisa a análise de conteúdo, destacando-se os títulos e subtítulos, leads e discursos diretos presentes em cada notícia. A intenção é identificar se existe uma tentativa de aproximação nesta representação entre eles e as pessoas e o que isso sugere. Esta pesquisadora considera que o bem-estar animal e a “humanização” dos pets têm sido pauta recorrente em alguns veículos de notícia, sendo isso reflexo também de uma maior mobilização da própria população soteropolitana a favor da temática, tendo, inclusive, eleito dois vereadores em 2012 cuja plataforma eleitoral é o bem-estar animal.

Palavras-chave: análise de conteúdo, enquadramento, pets, Salvador

ABSTRACT

This paper aims to analyze the news about pets published by news portals as G1 Bahia, iBahia, and Bahia Notícias, in 2013, and to identify which are the dominant frameworks in the representation of pets, focusing on dogs and cats. To identify the kind of frameworks, the criteria of newsability present in each article was taken into consideration. The content analysis will be used as the research method, highlighting headings, subheadings, leads, and direct discourses present in each story. The intention is to identify whether there is an attempt to approach on this representation between them and people, and what it suggests. This researcher believes that animal welfare and the "humanization" of pets have been a recurring issue in some news media, what reflects a bigger mobilization in favor of this topic from the population of the city of Salvador, BA, in Brazil, who has also elected two municipal councilors in 2012 whose election platform is animal welfare.

Keywords: content analysis, framework, pets, Salvador

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Pet enquanto vítima principal	83
FIGURA 2 – Pet em segundo plano	84
FIGURA 3 – Serviço Público	85
FIGURA 4 – Mercado Pet	86
FIGURA 5 – Personificação	87
FIGURA 6 – Inusitado	88
FIGURA 7 – Destaque da causa animal	89
FIGURA 8 – Destaque dos protetores de animais	90

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Critérios substantivos e de construção	34
Quadro 2 – Comparação de resultados	36
Quadro 3 – Denúncia: pet como vítima principal	40
Quadro 4 – Denúncia: pet em segundo plano	49
Quadro 5 – Serviço público	53
Quadro 6 – Mercado Pet	55
Quadro 7 – Inusitado	61
Quadro 8 – Personificação	65
Quadro 9 – Cobertura Política: Destaque da causa animal	72
Quadro 10 – Cobertura Política: Destaque dos protetores de animais	78
Quadro 11 – Recorrência dos enquadramentos nos sites	91

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
1. CAMPO	
JORNALÍSTICO.....	3
1.1. Propriedades do Jornalismo	11
1.2. Critérios de Noticiabilidade e Valores-notícia	15
2. ENQUADRAMENTO	19
2.1. Tipos de Enquadramento	24
2.2. Enquadramento e Análise de Conteúdo	27
3. ANÁLISE	29
3.1. Corpus.....	29
3.2. Metodologia.....	32
3.2.1 – Denúncia.....	38
3.2.2 – Serviço	52
3.2.3 – Entretenimento	60
3.2.4 – Cobertura Política.....	71
4. CONCLUSÕES.....	82
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	93
6. ANEXOS EM CD	
1. Prints de notícias de Denúncia	
2. Prints de notícias de Serviço	
3. Prints de notícias de Entretenimento	
4. Prints de notícias de Cobertura Política	
5. Quadros de análise individuais	
6. Entrevista com Evilásio Júnior	

INTRODUÇÃO

A história da relação dos animais domésticos com os seres humanos vem de muito tempo, já tendo passado por diversos níveis como em que os eram usados para o trabalho, ou como instrumentos para a caça, como animais de companhia e até, nos dias atuais, como membros da família. Antes de se considerar “pai” do cachorro, o homem era seu patrão. Uma matéria publicada pela Revista Superinteressante (março/2009), intitulada “Cachorros: por que eles viraram gente?”, faz um retrospecto da relação entre homens e cães, mostrando de que forma ela evoluiu. De acordo com a reportagem, até o começo do século 19, a maioria dos cachorros tinha de trabalhar para ganhar a ração, e faziam isso guiando ovelhas, guardando a casa ou puxando trenós. Mas com o êxodo rural, a migração do campo para as cidades, o cão de trabalho já não era mais necessário, e isso fez com que as raças mais amigáveis e esteticamente mais bonitas fossem as escolhidas pelas pessoas para fazer companhia. Livres das obrigações, os cães passaram a usufruir de mimos, guloseimas e passeios, transformando-se em símbolo de status. O cachorro deixou, então, de ser avaliado pela sua função, e passou a ser pela aparência.

Contextualizando é mais compreensível compreender como a sociedade, sobretudo a ocidental, vem enxergando e tratando seus animais domésticos de forma cada vez mais próxima do tratamento humano. Um expressivo exemplo disso são os números crescentes de gastos dos donos com produtos para seu pet. Segundo a Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação), só em 2012 o mercado pet movimentou aproximadamente R\$ 14 bilhões somente no Brasil. A nível mundial, uma pesquisa feita pelo Conselho Federal de Medicina Veterinária (CFMV), em parceria com a Royal Veterinary College, de Londres, revela que 80% dos cães são considerados membros da família por seus donos. Além disso, percebe-se também que algumas pessoas, por conta dos apartamentos cada vez mais diminutos nas grandes cidades e do frenesi de uma vida agitada, preferem a companhia de um animal doméstico, seja gato ou cachorro, a de outro ser humano.

Trazendo estes relacionamentos para a conjuntura política e social de Salvador, é cada vez mais notória a aproximação de algumas áreas, tanto na esfera civil quanto na esfera governamental, acerca da temática. Em Salvador, as eleições dos candidatos do Partido Verde (PV) que tinham como base eleitoral o bem-estar animal, Ana Rita Tavares,

que obteve 10.039 votos, ocupando a 14^a posição no ranking dos eleitos, e Marcell Moraes, que obteve 7.973 votos, ocupando a 22^a colocação, dentre os 43 eleitos em 2012, possivelmente representam um interesse crescente e cada vez mais latente da população soteropolitana sobre o tema.

Acompanhando esse crescente interesse da população pela causa animal, nota-se que os meios de comunicação locais escolhidos têm feito uma cobertura cada vez mais recorrente da temática, com enquadramentos dominantes, sendo frequentes matérias sobre maus tratos aos animais e as situações de abandono. Foram encontradas, também, pautas com animais em histórias de superação, atrelados a sentimentos que comumente somente são atribuídos a seres humanos, como o de cães corajosos, companheiros, bondosos, além de pets representados enquanto “filhos” dos seus tutores. Além disso, matérias direcionadas ao público específico, que é dono de pets, também foram encontradas durante a pesquisa. Isso demonstra que existe uma tentativa dos sites noticiosos de acompanhar essa tendência na aproximação da relação entre pessoas e pets.

1. Campo Jornalístico

Neste primeiro capítulo, se fará uma breve contextualização histórica acerca do jornalismo ao longo dos séculos, desde os primeiros exemplares ainda no século XVII, até o jornalismo moderno. Serão apresentados também alguns dos principais conceitos e práticas que têm norteado o exercício do jornalismo, como a definição de campo jornalístico, de instituição social, dos critérios de noticiabilidade e valores notícias.

Numa rápida retrospectiva para as primeiras práticas jornalísticas, quando o jornalismo surgiu no século XVII, o texto era caracterizado pelo discurso retórico, que exultava a fé ou o Estado. Como apronta Traquina (2005), o jornalismo era bastante rudimentar e não era diário, e tinha como principais pautas pronunciamentos, feitiçaria, relatos em versos ou baladas, se apoiando bastante no jornalismo literário. No século XVIII, as pautas eram ligadas à política, sendo o jornalismo até então partidário, com temas como opinião política, atos governamentais, guerras, economia e sensacionalismo.

Entretanto, com o estreitamento das relações econômicas, o surgimento do Iluminismo, entre outros fatores, houve um aumento na demanda por informação atual e factual que a imprensa, até então partidária, não poderia suprir. Assim emergem as indústrias de informação. A partir do século XIX, quando os periódicos começam a se tornar diários e mais comerciais, os assuntos mais predominantes são os locais, com ênfase no cotidiano da população, mas sem excluir a política, o governo e a economia. Lage (2011, p 21) afirma que o século XIX foi o século do jornalismo educador e sensacionalista, que fugia do publicismo dos séculos XVII e XVIII. No final do século XIX e início do século XX, o jornalismo passou por grandes inovações e desenvolvimento. É neste momento da história que surgem técnicas de entrevista, a forma estruturada da notícia em *lead* e pirâmide invertida, a representatividade da primeira página, o jornalismo investigativo e de disfarce, a divisão do trabalho com especialização, enfim, novas práticas e formatos jornalísticos. (Traquina, 2005, pp. 58-61).

Já o século XX, foi o do “jornalismo testemunho”, uma vez que a informação deixou de ser apenas fator de acréscimo cultural ou recreação para tornar-se essencial à vida das pessoas. Cada vez mais, os fatos assumem um papel importante no conteúdo dos jornais. Atualmente, nos séculos XX e XXI, o jornalismo industrial tem como pautas ações do governo, informações locais, internacionais, crimes, tragédias, show business e também a vida privada. Em torno dessa indústria, o jornalismo se desenvolveu enquanto

atividade com especificidades e valores. Percebe-se, então, que o jornalismo e sua construção é fruto de um processo social, cultural e histórico, implicando nos modos de produção da notícia. Historicamente, há uma mudança de ênfase ou de enfoque nos assuntos que tornavam determinados fatos noticiáveis ou não. Mas assuntos como crimes e guerras, por exemplo, continuavam a aparecer.

Para além de um meio de comunicação, o jornalismo se tornou um campo social. O conceito de jornalismo enquanto campo foi criado por Bourdieu (1997) que sugere que ele seria um “microcosmos” com leis próprias, definidas pela sua posição no mundo e pelas relações com os demais campos microcosmos. Ele o classifica como um espaço social estruturado, com relações diversas, composto por dominantes e dominados – obedecendo a uma hierarquia de produção e de posição dentro do veículo noticioso. O campo jornalístico está cada vez mais sujeito às pressões do mercado, de leitores e de anunciantes, e influencia os demais campos sociais com que interage.

Bourdieu (1997) coloca o reconhecimento da legitimação do jornalismo como o principal capital social dele. Para o autor, assim como os campos literário ou artístico, o jornalismo possui uma lógica própria de produção que visa essa credibilidade: “O campo jornalístico é então o lugar de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros e cujo respeito (por vezes designado como deontologia), funda as reputações de honorabilidade profissional” (Bourdieu, 1997, p. 105).

O jornalismo é formado por atores e campos sociais, competindo pelo capital social, a sua credibilidade. O jornalismo possui regras específicas e princípios próprios para lidar com outros campos. Enquanto campo social, o jornalismo integra esferas relativamente autônomas de interação social, em que há capital específico sendo disputado. Considera-se que a autonomia do jornalismo é relativa justamente por ele sofrer interferências mais ou menos influentes de outros campos sociais, como o das indústrias de propaganda, do interesse público ou a esfera política. Como já foi dito, no caso do jornalismo, esse capital em disputa é a autoridade jornalística, sua credibilidade, reconhecimento e prestígio. Bourdieu põe o jornalismo como um campo que influencia fortemente o interior dos demais campos. Entretanto, o jornalismo também é bastante influenciado pelos demais que vão influenciar direta e indiretamente no grau de autonomia do órgão de imprensa e dos jornalistas. Para Bourdieu (1997): “As receitas provenientes da publicidade (assim

como a concentração de anunciantes) e da ajuda do Estado (seja em publicidade ou subvenção) e também pelo grau de concentração dos anunciantes” (pg. 102-103). Já quanto ao grau de autonomia de um jornalista em particular, ele enumera vários aspectos: o número reduzido de empregadores potenciais aumento a insegurança do emprego; a posição do seu jornal entre os outros jornais; sua posição no próprio órgão (efetivo, free-lancer etc.); capacidade de produção autônoma da informação, além da influência de instâncias governamentais, por exemplo, exercem pressão através do monopólio da informação legítima (principalmente quando se trata das fontes oficiais), assim como outros campos. Todos esses fatores influenciam as relações do jornalista na averiguação de informações com os demais campos:

(...) em primeiro lugar, esse monopólio proporciona às autoridades governamentais e à administração, (...), mas também às autoridades jurídicas, científicas etc., armas na luta que as opõe aos jornalistas e na qual tentam manipular as informações ou os agentes encarregados de transmiti-las, ao passo que a imprensa tenta, por seu lado, manipular os detentores da informação para tentar obtê-la e assegurar para si sua exclusividade. Sem esquecer o poder simbólico excepcional conferido às grandes autoridades do Estado pela capacidade de definir, por suas ações, suas decisões e suas intervenções no campo jornalístico (entrevistas, entrevistas coletivas etc.), a ordem do dia e a hierarquia dos acontecimentos que se impõem aos jornais. (BOURDIEU, 1997, p. 103-104).

Assim, levando em consideração a teoria dos campos de Bourdieu (1997), o jornalismo contemporâneo enquanto campo social é uma esfera relativamente autônoma de interação social, em que o capital específico (reconhecimento, prestígio) é disputado por agentes (jornalistas, editores), que seguem regras pré-estabelecidas (critérios jornalísticos), operando de modo institucionalizado (*modus operandi* da imprensa) e com um objetivo a atingir (reportar a realidade e gerar efeitos sobre ela).

Conforme foram evoluindo as formas de apuração, produção e divulgação dos produtos jornalísticos, foi crescendo também a força e a influência do jornalismo enquanto uma instituição social:

O jornalismo é uma competência, uma atividade e um campo. Como campo, estabelece a natureza do trabalho jornalístico, determina o seu capital principal, configura os seus interesses fundamentais e distribui em função disso prestígio e distinção. (GOMES, 2004, p.69).

Uma instituição social existe para além do indivíduo, da sua historicidade, tem poder coercitivo. Franciscato (2003) defende este ponto quando afirma que a institucionalização origina-se de um processo de tipificação, tanto de atores quanto de ações em determinadas situações que são compartilhadas por eles. Ou seja, uma instituição tem autoridade moral e padrão regulador de comportamento, é um espaço de interações entre os diversos agentes que o constituem. Por isso, a partir do fortalecimento do campo jornalístico, ele passa a ser entendido enquanto uma instituição social, o que significaria dizer que atua na relação indivíduo-sociedade, no processo de socialização enquanto uma realidade objetiva, externa à consciência e subjetividade dos indivíduos. Franciscato atribui a mecanização dos processos de produção de notícia a institucionalização do jornalismo:

Se, por um lado, o surgimento do sistema de impressão criou as condições para a produção de jornais e auxiliou a caracterizar o jornalista como uma atividade de coleta e transmissão de notícias (Eisenstein, 1983: 93), ele também serviu para lançar a 'pedra fundamental' do jornalismo como instituição social. Este conjunto de transformações tecnológicas e sociais relatadas, aliadas a bases econômicas de produção e circulação de jornais e a uma maior importância e influência que seus conteúdos trouxeram à vida política, fizeram com que o jornalismo ganhasse gradativamente uma corporificação social para além de mero ofício. (FRANCISCATO, 2003, p. 33-34)

Enquanto instituição social, Franciscato (2003, p. 22) frisa que o jornalismo passa a exercer um importante papel por ter conquistado sua legitimidade social para produzir, para um público amplo, disperso e diferenciado, uma reconstrução discursiva do mundo com base em um sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e as ocorrências cotidianas. Segundo ele, o jornal se institucionaliza na sociedade para produzir um relato regular de eventos não vivenciados. A legitimação institucional do jornalismo tem se ancorado historicamente no processo de intermediação, que faz o jornalismo reconhecido como um meio entre os fatos e o público, e intermediário no processo de seleção das informações.

Franciscato ainda afirma que:

A instituição jornalística orienta-se por um modelo organizacional em dois tipos de relações: 1) por relações sociais geradas e estabelecidas em ambientes internos à organização (por meio de padrões de rotinização, burocratização e hierarquização) e também externos a ela; 2) por relações econômicas, em que a instituição jornalística se torna gestora de uma vocação industrial voltada para o atendimento de demandas de mercado a partir da produção de uma forma específica de produto, a notícia. (FRANCISCATO, 2003, p 35).

Enquanto uma instituição social, o jornalismo não representa apenas determinada empresa e seus interesses. Seguindo a teoria que norteia suas práticas, o jornalismo tem a obrigação de reportar uma interpretação dos fatos, contextualizando-os para que possam ser melhor apreendidos pela audiência. Essas possíveis interpretações dos fatos e a recorrência com que aparecem é o que se pretende analisar neste trabalho – os enquadramentos escolhidos pelos sites noticiosos na abordagem da temática pet.

O jornalismo possui regras e valores. É um dos seus pressupostos, ainda que obsoleto, a verdade tecnicamente apreendida - ou seja, existe uma única verdade para os fatos e ela deve ser apreendida e circulada. Cada notícia é uma compilação de “factos” organizados e estruturados pelo jornalista que é responsável pela exactidão dos mesmos. Segundo seus pressupostos, o jornalismo deve mediar uma reconstrução do mundo para a coletividade e ter legitimidade para isso, concetando simbolicamente indivíduos geograficamente dispersos, informando uma massa homogênea, sem distinção de público (Traquina, 2005). Levando em consideração a ideia de que o jornalismo deve informar sem fazer distinção de quem é o público que consome suas notícias, vale relembrar o conceito de “conhecimento público” citado por Michael Schudson (2010), em que o fato de algo ou alguém aparecer nas notícias, de “ser notícia”, confere a ele não só relevância mas até mesmo uma “existência”. Ou seja, é qualquer coisa ou alguém a que todos devem dar atenção, que todos devem ter conhecimento sobre. É o que o autor chama de auditório universal – um público que precisa saber de determinado tema por ser de interesse público. Dessa forma, as notícias devem ter o objetivo de informar e são dispositivos que fornecem visibilidade a atores e acontecimentos.

O importante papel de informar (com notícias justas e completas o cidadão), está entre os que são característicos da instituição jornalística. Além deste, Michael Schudson (2008, p. 11-26) destaca os de investigar (averiguar fontes de poder, sobretudo governamentais), analisar (a imprensa oferece estruturas coerentes de interpretação que

ajudam os cidadãos a compreender a complexidade do mundo), promover empatia social (a imprensa traz informações sobre outros cidadãos da sociedade e do mundo), ser um fórum público (o jornalismo pode proporcionar um fórum público entre os cidadãos e ser portador de perspectivas comuns de vários grupos da sociedade) e de mobilizar a população advogando a favor de determinadas perspectivas e mobilizando a audiência para agir em acordo com essas perspectivas.

O jornalismo aumenta sua credibilidade na retratação dos eventos cotidianos quando afirma dois preceitos básicos para a prática jornalística: as ideias de imparcialidade e de objetividade. Ainda no início da prática jornalística no século XVII, a ideia de imparcialidade não se sustentou muito uma vez que, como sustenta Franciscato (2003, p. 24), o produto jornalístico oscila entre um trabalho mais marcadamente individual (quase autoral) e um trabalho coletivo, afetando diretamente os modos de sua produção, os valores aplicados a ele e as formas que ele assume socialmente.

É impossível garantir imparcialidade ao produto jornalístico, uma vez que a subjetividade de quem o escreve influi no texto. Assim, com um conceito bastante forte de objetividade, em que algumas práticas são tidas como regras e são utilizadas para se ater aos fatos, como o uso de diversas fontes contrárias para compor uma notícia, por exemplo, é que o campo jornalístico ganha credibilidade e notoriedade junto à grande massa. Uma das técnicas utilizadas como modo de “fazer” jornalístico e que pode ser citada aqui é a de pirâmide invertida, em que os eventos estarão ordenados por interesse ou importância decrescente, na perspectiva de quem conta e também na suposta perspectiva de quem ouve: “(...) A importância de cada evento será aferida em função do evento principal da série. (Lage, 2011, p. 21). Ou seja, o fato principal ganha destaque, depois as condições em que aconteceu, o relato das pessoas envolvidas e enfim assuntos complementares periféricos.

A pirâmide invertida é defendida também por Gaye Tuchman (1993) como uma possível “ferramenta” que auxilia o jornalista no exercício da profissão na busca pela imparcialidade, através da “objetividade”. Além da pirâmide invertida, ao que ela se refere como “estruturação da informação numa sequência apropriada”, a autora apresenta três outros “rituais estratégicos” que visam atingir a objetividade: a apresentação de possibilidades conflituais, a apresentação de provas auxiliares e o uso judicioso das aspas. Para conseguir identificar os fatos que fazem uma notícia de uma forma objetiva, a autora

afirma que o jornalista deve valer-se do “uso do contraditório”, ou seja, deve ouvir as diferentes partes envolvidas

Assim, defende ela, ao apresentar as muitas versões que uma história pode ter, o jornalista permite ao leitor decidir sobre “quem está dizendo a verdade”, eximindo de si a responsabilidade sobre o que cada fonte apresenta como verdade. Como segundo ritual, a autora sugere a apresentação de “provas auxiliares” – qualquer coisa que corrobore com as afirmações feitas pela fonte ou pelo próprio jornalista, embasando as ideias ali defendidas na notícia. Por fim, o uso de aspas numa notícia também é considerado um ritual em busca da objetividade, uma vez que exclui o jornalista da responsabilidade do que está sendo dito, ao que Tuchman (1993) chama de “uso judicioso das aspas”.

Franciscato (2003) aponta que o vínculo do público consumidor com o produto jornalístico é um alicerce ao mesmo tempo essencial e instável: “(...) é cotidianamente colocada em questão quando, a cada edição do jornal (...), o indivíduo, ao exercitar a sua condição de cidadão ou de mero consumidor, opta por renovar este vínculo” (Franciscato, 2003, p 27).

Como aponta Traquina (2005, p 28), o conceito de notícia é construção social, como resultado de variadas interações entre diversos agentes sociais, não apenas os jornalistas, que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol de suas estratégias de comunicação e os profissionais do campo que reivindicam o monopólio do que é a notícia.

Esse tipo de texto nasceu no jornalismo do fim do século XX, em uma sociedade que exigia que as informações chegassem rapidamente. É um texto que se vale da regra de resposta ao *lide*, às cinco principais perguntas: “o quê?”, “quando”, “onde”, “porquê?”, “como”. A notícia pode ser caracterizada tipos textuais narrativo e descritivo, cuja função é informar sobre fatos de relevância social, como afirma Lage:

Do ponto de vista da estrutura, a notícia se define no jornalismo moderno como o relato de uma série de fatos a partir do fato mais importante ou interessante; e de cada fato, a partir do aspecto mais importante ou interessante. Essa definição pode ser considerada por uma série de aspectos. Em primeiro lugar, indica que não se trata exatamente de narrar os acontecimentos, mas de expô-los (LAGE, 2006, p.17).

Lage sinaliza três fases de produção de uma notícia: a seleção dos eventos, a ordenação dos fatos e a nomeação. De uma forma resumida, Lage infere que é preciso selecionar quais os eventos que constituirão a notícia, se esses eventos serão ordenados por ordem cronológica ou ordem de importância e a nomeação que será dada pelo jornalista aos acontecimentos e às pessoas envolvidas nele. Lage justifica: “Há compromissos e sutileza nos nomes que se atribuem às coisas”. Ou seja, além da seleção dos acontecimentos e da sua exposição, é necessário levar-se em conta o contexto daquela notícia, o público para quem ela é dirigida e também os interesses do veículo que a noticiam. Todos esses fatores, e outros, influenciam na nomeação utilizada pelos veículos para se referir aos quesitos principais nas notícias.

Estas três fases de produção de uma notícia sinalizadas por Lage são os pilares principais da análise feita neste trabalho. A seleção das matérias que compõem este trabalho foi feita através da identificação dos critérios de noticiabilidade presentes em cada uma das notícias. Foi a partir dos critérios já identificados, além de outros fatores que explicaremos melhor a seguir, que conseguimos estabelecer uma sistematização e identificar enquadramentos dominantes, por exemplo, dentro de cada notícia. Quanto à ordenação, foi considerada importante para a constituição do trabalho a análise dos títulos, subtítulos e *leads*, uma vez que eles concentram as informações principais de cada evento e que merecem destaque entre as outras informações. Além destes, os discursos diretos dos entrevistados de cada notícia também foram analisados, por considerarmos importante o posicionamento deles que é evidenciado pelos sites. Por fim, a nomeação é a fase de produção de uma notícia considerada essencial neste trabalho. Através da sistematização de palavras-chave, em co-ocorrência com adjetivos e verbos, identificamos as principais formas usadas pelos sites para se referir aos pets e como isso nos ajuda a entender os principais enquadramentos. A ordem em que as referências aos pets aparecem nestes quatro componentes de uma notícia, se no início de um lead, no final dele ou se nem aparecem; se os pets são os principais sujeitos em destaque num título ou subtítulo; ou se as referências aos pets são feitas com uso excessivo de adjetivos ou nomes próprios nos discursos diretos, foram considerados como fatores indicativos dos enquadramentos dominantes. Exemplos que melhor embasam estas afirmações poderão ser vistos no capítulo de análise deste trabalho.

Os processos de produção da notícia, sua rotinização e práticas produtivas, estão estreitamente ligados à noticiabilidade. Mauro Wolf (2003) explica o que, segundo ele,

se torna notícia: “A definição e a escolha daquilo que é noticiável – em relação àquilo que, pelo contrário, não o é, são sempre orientadas pragmaticamente, isto é, em primeiro lugar, para a “factibilidade” do produto informativo (...)”. (Wolf, 2003, p.191). Entretanto, antes de nos aprofundarmos na discussão acerca dos critérios de noticiabilidade, é importante entender o conceito de propriedades do jornalismo defendido por Otto Groth.

1.2 - Propriedades do Jornalismo

O autor Otto Groth (2011) traz o conceito de propriedades do jornalismo que, segundo ele, são os principais definidores da produção da notícia. Ou seja, existem características inerentes ao jornalismo que definem o que será noticiado, de qual forma e com que frequência, por exemplo. Ele afirma que essas propriedades visam assegurar a credibilidade da informação jornalística através de procedimentos de checagem e apuração para garantir a veracidade e a fidelidade do fato reportado com o acontecimento na realidade, o que traria ao jornalismo legitimidade perante a sociedade. Para ele, o jornalismo tem características intrínsecas a sua atividade, o que seriam as propriedades do jornalismo: periodicidade, universalidade, atualidade e a “publicidade”, no sentido da publicização, distribuição do produto jornalístico.

A primeira propriedade sinalizada pelo autor é a de periodicidade:

Com o seu retorno periódico, jornais e revistas incitam e coagem os leitores à leitura, os acostumam a eles, ao seu pensar e querer e alcançam por fim uma dependência uns dos outros, uma ligação recíproca (GROTH, 2011, p. 166)

A propriedade da periodicidade é o que destaca o jornal ou a revista das demais publicações, como as literárias, passando uma ideia de regularidade, e tem como principais pautas a cotidianidade do público leitor, ao que ele interessa ler todos os dias. O autor aponta que um ideal de periodicidade de um jornal, que seria atingir a simultaneidade, como forma de estratégia para aproximar cada vez mais seu produto, a notícia, do acontecimento. Entretanto, para Groth, a periodicidade de um jornal não está apenas ligada a ideia de “frequência”. Para ele, as edições e os exemplares de um jornal não são apenas as peças das quais o jornal se compõe, mas a “manifestação e

materialização da ideia que é sua substância”. De sua unidade imaterial resulta a continuidade de suas manifestações, uma vez que essa ideia tem vida e destino próprios, colocando a seu serviço as máquinas e os homens, por exemplo. Os bens imateriais que são os focos das notícias seriam de todos os tipos, desde que pertençam a uma realidade próxima dos leitores, de um modo público e coletivo. Para Groth, o jornal deve servir de mediador com função social.

Como todas as quatro propriedades assinaladas por Groth (2011), a periodicidade está ligada às demais propriedades do jornalismo como universalidade e atualidade: “O significado de periodicidade encontra-se principalmente no fato de que sem ela a ideia do jornal como algo universal e atual não seria de forma alguma efetuable” (p 164).

A propriedade da universalidade tange o conteúdo, é o ponto de partida para a pesquisa sobre o conteúdo a ser publicado pelo jornal e pela revista. O autor a define como: “Mediar o conhecimento de todas estas relevâncias de todas as áreas da vida e da cultura, da sociedade em todas as suas partes, esta é hoje a tarefa do periódico” (p 172). Mas é importante frisar que, com a inclusão do critério de universalidade aos valores de notícia, o autor não sugere que o jornal noticie sobre tudo que acontece em todos os lugares, mas significa a presença, ou seja, uma cobertura de todas as áreas, ainda que não muito aprofundada, sobre o conteúdo (GROTH, 2011, p 211). Ele sugere, ao contrário, que deve ser noticiado apenas aquilo que possui relevância para o público, o que é para o bem público e de serviço público. Aqui, existe o conceito de interesse público tratado por Schudson, que vimos anteriormente. Existe uma ideia pré-concebida do que é de interesse comum de todos e que, por conta disso, deve ser noticiado.

Wolf (2003) considera que quatro variáveis irão determinar a importância e a relevância da notícia (pps. 201-204): o grau e o nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável (será provável a inclusão dessa notícia caso o evento diga respeito aos países e às pessoas de elite); o impacto sobre a nação ou o interesse nacional (os que são mais significativamente próximos a realidade da sociedade em que está); a quantidade de pessoas que o acontecimento de fato ou potencialmente envolve (quanto maior for o número de indivíduos envolvidos, ou se houver muitos indivíduos de destaque envolvidos, mais é o grau de visibilidade da notícia); e, por último, a relevância e significatividade do acontecimento quanto a evolução futura de uma determinada situação (como a cobertura de uma campanha presidencial, por exemplo, cujo desenrolar é de interesse público).

Groth afirma a importância de noticiar o presente ao relacionar a propriedade de universalidade a próxima, de atualidade (p. 177): “O jornal vê seu universal necessariamente na perspectiva do presente, o seu universal se forma e se colore na escola, na concepção e no tratamento do material atual”. É preciso lembrar que a concepção de presente relacionado ao jornalismo, nem sempre foi a mesma que temos hoje, uma vez que há alguns séculos atrás, os fatos demoravam para serem noticiados e se tornarem de conhecimento público. A atualidade do presente passa a ser concebida a partir dos adventos da tecnologia, como dos demais meios de comunicação, como rádio, televisão e internet.

Em seu trabalho, Groth (2011) destaca que há dois significados para o conceito de Atualidade: o real, de fato, efetivamente acontecido, e ser uma questão do dia, do novo. O presente se manifesta como único. Entretanto, ele faz uma ressalva de que atual e novo não são a mesma coisa: “(...) a atualidade é em si uma relação puramente temporal” (p. 223). Já a ideia de “novidade” não é um conceito temporal, uma vez que está relacionado ao ineditismo. Groth frisa ainda que o principal conteúdo do jornal é o atual-novo: “Mas ainda que o jornal acentue a novidade na atualidade, ele não traz aos seus leitores só coisas novas” (p. 224).

Entretanto, além do presente, o futuro também é tema do jornal diário:

O jornal não quer predizer um futuro que ainda está completamente no escuro e que por isso é desconhecido para cada um, (...) Ele quer coisas certas, quer informar – de fato ou aparentemente – sobre o já resolvido, pretendido, preparado, portanto atualmente consistente pelo menos em mente mas voltado para o futuro (GROTH, 2011, p. 229).

Como um motivador para que os jornais continuem buscando a simultaneidade, que ele considera um ideal dos meios de comunicação mas sobretudo do jornalismo, Groth aponta a existência da concorrência, que leva o jornal a “coerção da atualidade” – panorama bastante comum no jornalismo industrial dos dias atuais, em que ter um furo a qualquer custo é quase tão importante quanto o conteúdo do furo em si. A concorrência pode ser vista, inclusive, quase como uma propriedade do jornalismo, algo inerente a ele. Na lógica específica do campo jornalístico, que lida com um bem altamente perecível que são as notícias, a concorrência pela clientela se transforma em concorrência por prioridade, ou seja, pelas notícias mais novas, os furos. Entretanto, Bourdieu (1997)

defende que os furos dificilmente são notados pela audiência, sendo apreciados como trunfo justamente pelos veículos concorrentes, o que incita uma tendência dos veículos a exercer uma vigilância permanente sobre as atividades dos concorrentes.

Por fim, Groth apresenta o critério da publicidade. Este conceito não está relacionado ao de propaganda, ao marketing, mas sim ao de publicização e distribuição, estando fortemente ligada a ideia de periodicidade (estar acessível a todas as pessoas em períodos de tempo regulares). “A publicidade do jornal como sua característica essencial é, portanto, a acessibilidade a cada um e com isso a notoriedade de tudo aquilo que o jornal traz”, defende (p. 263). Esta propriedade permite uma quantidade maior de pessoas interagindo com o jornal, participando e se informando.

A propriedade de publicidade não abrange apenas uma questão técnica, de distribuição, mas também é um conceito relacionado ao público leitor: “Nós também falamos de “esfera pública” (*Oeffentlichkeit*) ou de “publicidade” (*Publicity*) como um conjunto indeterminado, não fechado desde o começo, de pessoas inúmeras, não diretamente ligadas umas às outras, que estão diante de um objeto, por exemplo, da imprensa periódica, (...)” (p. 269). Entretanto o autor frisa que não cabe uma publicização sem limites, sem fronteiras, uma vez que “cada jornal chega basicamente a um limite sobre o qual não pode impor-se sem perder a universalidade e a atualidade do seu conteúdo” (p. 271).

As propriedades do jornalismo apresentadas e defendidas por Otto Groth (2011), estão relacionadas. Não podem ser separados de uma mesma notícia. Ao contrário, a ideia de valor-notícia é de que há uma qualidade de eventos e fatos independentes capazes de torna-los objetos do jornalismo.

1.3 – Critérios de Noticiabilidade e Valores-Notícia

Os critérios de noticiabilidade são construções sociais dentro do campo do jornalismo. Além dos requisitos que se exigem para os eventos, para Mauro Wolf (2003), a noticiabilidade resulta da cultura profissional, incluindo o comportamento dos profissionais, as rotinas produtivas e a organização do trabalho. Os critérios são uma construção social, estabelecidos histórica e socialmente, o que significa que eles são dinâmicos, uma vez que podem ser adaptados à cultura na qual as notícias estão inseridas, mas também são comuns em muitas sociedades. Ou seja, existe um número vasto de critérios de noticiabilidade sistematizado por diferentes autores, que são comuns a diferentes sociedades mas que também podem ser adaptados à variedade de tipos de fatos disponíveis. Neste trabalho, vamos utilizar como base a sistematização de critérios de noticiabilidade feita por Wolf (2003) e Traquina (2004), das quais falaremos mais a seguir.

Mauro Wolf (2003, ps 200-214) coloca os critérios de noticiabilidade em categorias, uma vez que eles derivam de pressupostos implícitos do jornalismo: os critérios substantivos, critérios relativos ao produto, os relativos aos meios de comunicação, os relativos ao público e os critérios relativos à concorrência. No primeiro, os critérios fazem referência a relevância – como já foi exemplificado neste trabalho anteriormente, e ao interesse da notícia. Os critérios relativos ao produto dizem respeito à disponibilidade de materiais para o jornalista (trata-se de saber o quão acessível é o acontecimento para os jornalistas, o quão tratável é tecnicamente, dis respeito às formas de produção) e às características específicas do produto informativo, ou a ideologia institucional a qual o jornal está inserido. O terceiro, referente aos meios de comunicação, varia de acordo com o tipo de meio de comunicação no qual a notícia será veiculada. Por exemplo, para a televisão, notícias com bom material visual tem uma propensão maior de ganhar visibilidade. O critério relativo ao público refere-se ao papel que a imagem que os jornalistas têm do público desempenha, isto é: “A referência às necessidades e às exigências dos destinatários é constante e, nas próprias rotinas produtivas, estão encarnados pressupostos implícitos acerca do público” (WOLF, 2003, p 213). Por fim, os valores-notícia relativos à concorrência são ditados pela concorrência entre os mass media, focando em coberturas em assuntos que chama mais atenção por envolverem atores significativos.

Traquina bebe na sistematização feita por Wolf e afirma que o jornalista tem óculos através dos quais vê certas coisas e não outras. É o jornalista quem opera uma seleção e uma construção do que é selecionado. Traquina faz uma distinção entre valores-notícia de seleção, que se referem à seleção dos acontecimentos, e os de construção. Na categoria de seleção, ele identifica os critérios substantivos e os contextuais. Os critérios substantivos dizem respeito à avaliação do acontecimento em termos da sua importância ou interesse – como vimos anteriormente em outros autores também. Estão entre estes critérios os de morte, proximidade, notoriedade, entre outros. Já os critérios contextuais dizem respeito ao contexto de produção da notícia, como os de visualidade e disponibilidade. Quanto aos valores notícia de construção, são os que dizem respeito aos elementos dentro do acontecimento dignos de serem incluídos na elaboração da notícia. São a definição da abordagem. Estão entre eles os de personalização e dramatização, por exemplo. Tendo em vista que existe uma variedade de sistematizações de critérios de noticiabilidade, para analisar as notícias que vão compor esta análise, usaremos uma sistematização própria, que bebe nos esquemas de Wolf e Traquina, e que será explicada no capítulo de análise.

A relação entre noticiabilidade e valores-notícia é complexa justamente por serem usados como sinônimos por muitos autores. Muitas vezes tratados como sinônimos, os conceitos de critérios de noticiabilidade e de valores-notícia foram difere, mas eles foram diferenciados por Mauro Wolf ainda na década de 1980. Para ele, os valores-notícia são os componentes determinantes da noticiabilidade, e podem operar de forma complementar. O autor oferece uma definição do conceito de valores-notícia.

Definida noticiabilidade como um conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que selecionar as notícias, podemos definir os valores-notícia (*News values*) como um componente da noticiabilidade. Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias (WOLF, 2003, p.195).

Wolf (2003) ressalta que os valores-notícia são constitutivos da noticiabilidade: “Esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes para serem transformados em notícias?” (p. 195). Como foi possível ver até aqui, os acontecimentos são avaliados na sua

singularidade, mas os critérios perpassam todo o processo produtivo e, por isso, a notícia deve ser vista como o resultado de todo esse percurso percorrido desde a ocorrência até a publicação da informação. “Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que implicitamente e, muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redactoriais” (p. 196).

O autor afirma ainda que nem todos os valores notícia são importantes de igual modo ou funcionam da mesma forma para todas as notícias.

“(…) Os critérios relevantes são variáveis, embora de uma forma limitada, de acordo com determinados fatores. Isso significa que a transformação de um acontecimento em notícia é o resultado de uma ponderação entre avaliações relativas a elementos de peso, relevo e rigidez diferentes quanto aos processos produtivos” (WOLF, 2003, p. 215).

Já Gislene Silva (2005) aponta que noticiabilidade e valores-notícia estão dentro de um conceito mais amplo de noticiabilidade. Ela concorda que os valores-notícia perpassam todo o processo produtivo, mas a principal crítica que faz à diferenciação feita por Wolf é de que ele dá pouco destaque aos critérios de construção de uma notícia.

Apesar de agirem em diferentes momentos, na seleção primária, para a triagem, e na seleção hierárquica, como linhas-guia para o tratamento das matérias, os valores-notícia devem ser definidos como as qualidades dos eventos e não da sua “construção jornalística”. Eles participam ativamente de construção noticiosa, mas a produção da notícia e sua qualidade são resultados de muitos outros critérios ou fatores de noticiabilidade. (SILVA, 2005, p.99)

Silva (2005) apresenta também uma definição para os critérios de noticiabilidade:

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Pensando nos valores notícia e a relação de interpretação com o público, percebe-se que há uma uniformidade na noticiabilidade, em que a mídia pode vir a dar mais ênfase e maior tempo de cobertura a determinado assunto que contenha ou atenda aos critérios de noticiabilidade que mais se destacam em determinado contexto, em detrimento de outros assuntos – conhecido como *agenda setting* ou teoria do agendamento. Em linhas gerais, o mediador social, no caso o campo jornalístico, elenca os temas em importância, sendo os meios de comunicação o ator central no agendamento de notícias. Um dos precursores na concepção do conceito de agendamento foi Walter Lippman, ainda na década de 1920, quando argumentou que os médias aportam em nossa mente a forma de ver a realidade. A teoria do agendamento ressalta a tese de que os meios de comunicação podem não ser tão poderosos em dizer como as pessoas irão pensar determinado tema, mas são eficientes em dizer sobre o que possivelmente as pessoas pensarão. Os principais efeitos trazidos pela teoria do agendamento são os de que as pessoas agendam seus assuntos e rodas de conversa em função do que a mídia veicula; ela também torna alguns assuntos mais preponderantes ou conseguem dar a eles a impressão de um “debate público” e, como já foi visto neste trabalho antes, influenciam não apenas os cidadãos mas também outras esferas, como a política e governamental. É a uniformização da noticiabilidade e seus critérios que criam um “fazer jornalístico” comum que possibilita o reconhecimento do público por determinado assunto.

2. Enquadramento

A ideia de *mídia framing* é relativamente recente na história de análise dos meios de comunicação, uma vez que se afirma nos meados da década de 1970. As referências originais desse conceito vêm da obra “Frame Analysis”, do sociólogo norte-americano Erving Goffman, mas desde o lançamento desta obra, diversos outros autores já se destacaram nos estudos de enquadramento. Este capítulo pretende debruçar-se sobre os pensadores de maior referência que discutiram este conceito.

Traduzindo o original da palavra em inglês, *Framing* significa moldura, quadro, estrutura. É construído em torno de símbolos, metáforas, conceitos, imagens, figuras, narrativas e rótulos. De uma forma simplificada, *framing* seleciona alguns aspectos da realidade percebida e destaca-os de forma a promover uma definição particular para o problema.

Para Goffman (1986), a primeiro autor referência sobre o tema, para compreender o mundo é preciso lançar mão de esquemas pré-formatados de interpretação. Isso torna possível localizar, perceber, identificar e etiquetar as informações ao seu redor. Em sua teoria, os enquadramentos são definidos como marcos interpretativos construídos socialmente, que permitem às pessoas atribuírem sentido aos acontecimentos e às situações sociais basicamente respondendo à pergunta: “O que está acontecendo aqui?” (Goffman, 1986, p 22). Trata-se, portanto, de um processo de construção de sentido para os eventos cotidianos.

Entretanto, esse processo de produção de sentido só funciona se houver um compartilhamento de códigos, por exemplo, como a linguagem. Entenderemos neste trabalho a linguagem como a principal forma para identificarmos enquadramentos. Stuart Hall sinaliza que a linguagem funciona como um circuito que tem no conceito da representação o ponto central para o entendimento da vida em sociedade. É apenas porque partilhamos de uma série de códigos, ligados por significados similares estabelecidos na convivência, que conseguimos nos comunicar e entender uns aos outros. Como um estudioso dos Estudos Culturais, para o autor a concepção de cultura como um conjunto de significados partilhados é o que explica o funcionamento da linguagem pelo qual se dá a significação. É a partir do reconhecimento de um significado, por exemplo, que construímos inclusive o senso de identidade, através da sensação de pertencimento (Hall, 1997). É importante levar isto em consideração para este trabalho porque aqui se pretende

analisar justamente a forma como o reconhecimento pelo uso da linguagem nos permite fazer inferências, ou não, das representações dos pets pelos sites de notícia, e de que forma essas representações nos ajudam a sistematizar os enquadramentos dominantes.

Goffman acredita numa “qualidade dinâmica” do enquadramento e deixa claro durante sua obra pioneira de que não usa o conceito de enquadramento para pensar a organização da experiência social, mas sim para compreender como os atores sociais organizam suas experiências na vida social. Ou seja, para ele, os indivíduos são os principais atores da construção em sociedade – um indivíduo não existe sozinho, uma vez que ele é influenciado pelos principais círculos de convivência que o cerca. Para o autor, estes círculos de convivência têm importância fundamental no exercício da construção em sociedade, uma vez que são neles que o indivíduo constantemente aciona quadros de referências a partir dos quais busca tornar o mundo à sua volta compreensível. Em sua obra, ele demonstra mais interesse na percepção dos indivíduos sobre o enquadramento e o que eles fazem com essas interpretações, e de onde elas vêm.

As interpretações dos indivíduos vêm de um “entendimento prévio”, entendido por Goffman como “estrutura primária”:

O quadro de estrutura primária corresponde a uma situação em que os indivíduos interpretam o mundo à sua volta, constituindo um esquema de interpretações que permite dar significado àquilo que de outra forma seria um aspecto insignificante de uma cena” (GOFFMAN, 1986, p. 21).

De acordo com o autor, os quadros primários seriam o reconhecimento de um acontecimento pelo indivíduo através de impressões interpretativas, de acordo com suas próprias experiências de vida e que não necessariamente estão relacionados ao acontecimento em si. Como o indivíduo não existe sozinho, além das estruturas primárias, o autor apresenta também a ideia de estruturas sociais, pelas quais os indivíduos também fazem suas leituras interpretativas dos acontecimentos. “As estruturas sociais são aquelas pelas quais os indivíduos sentem ter controle através da sua vontade, dos seus objetivos ou esforços e são elas que ajudam a localizar, perceber, identificar e rotular ações” (Goffman, 1986, p. 21).

O autor defende, ainda, o enquadramento feito pela própria audiência, em que esta se apropria, fazendo inferências pessoais das informações divulgadas pelos meios de

comunicação, e repassa segundo a ordem de importância dos fatos que lhe foi apreendido (1986, p. 96). Salienta-se aqui que o receptor não é de forma alguma passivo: a forma de pensar da audiência pode não ser contemplada pelo enquadramento construído pelos meios de comunicação, ou não estar presente nas intenções do comunicador, o que significa que a resposta do receptor recebe influência de forma mais intensa do enquadramento caso ele não possua um entendimento prévio ou diferente daquele que é passado pelo meio de comunicação. Da mesma maneira em que não se deve presumir intencionalidades do veículo, não se pode fazer o mesmo com a audiência, uma vez que o realce dado pelo enquadramento a determinado assunto é um produto cuja interação dos textos e dos receptores. A presença do enquadramento no texto como é detectado pelos pesquisadores, não garante a influência deste produto na forma de pensar da audiência (Entman, 1993).

Assim, conseguimos distinguir até aqui dois propósitos inerentes ao *frame* – um se refere à maneira como o conteúdo das notícias é tipicamente marcado e enquadrado pelos jornalistas de acordo com certa estrutura latente de significado; a outra tem a ver com o seu efeito no público. O conceito de *framing* pressupõe também uma interação: a audiência pode ou não adotar os quadros de referência oferecidos pelos jornalistas vendo o mundo de maneira semelhante. Robert M. Entman, outro ator referência no estudo de enquadramento, assinala que são apenas “possíveis” os efeitos que os enquadramentos podem ter sobre a audiência, não devendo-se considerar que a audiência como receptora seja passiva de mensagens: “A noção do *framing* implica que ele tenha um efeito comum em uma larga faixa de receptores” (1993, p. 53). Isso reforça a ideia de que o significado dominante para a audiência é comum, mas não é geral.

São os enquadramentos, sobretudo os dominantes e recorrentes, que dão as premissas ou instruções necessárias para decifarmos a situação, sendo certo que podem variar e transformar-se em realidades múltiplas, pois a realidade é constituída por camadas ou bases em que podemos nos mover. (Goffman, 1986). Entman (1993) afirma que o conceito de *framing* consistentemente oferece meios de descrever o poder de um texto comunicativo, uma vez que produzir um enquadramento é selecionar alguns aspectos da realidade percebida e dar a eles um destaque maior no texto comunicativo, gerando interpretação e até mesmo avaliação moral.

Desta forma, ao estabelecer enquadramentos às notícias, o jornalismo faz mais do que dar ênfase a uma determinada interpretação dos fatos. O professor Carlos Alberto de

Carvalho (2009) afirma que está no processo de enquadramento a especificidade da sua participação nas dinâmicas de construção social da realidade:

Os enquadramentos revelam as peculiaridades de cada veículo noticioso em suas múltiplas inserções sociais e por isso dizem para além de um componente operacional da lógica narrativa noticiosa (CARVALHO, 2009, p 4).

Como vimos até aqui, o enquadramento trata da forma como, sobretudo os meios de comunicação, principalmente o jornalismo, enquadram fatos e personagens em determinadas molduras pré-estipuladas – sejam elas institucionais, sociais ou historicamente construídas. No enquadramento construído pelo jornalismo, há uma ênfase no papel do jornalista, acerca de alguns elementos da notícia considerados centrais. Ao dar notoriedade a determinado enquadramento, os meios de comunicação ignoram outros enquadramentos e, para Entman, a identificação do enquadramento excluído diz muito mais sobre o comunicador - o agente do enquadramento - do que a identificação do que foi incluído (1993, p.54). Ou seja, quando determinado veículo noticioso opta por publicar uma matéria em que dá mais ênfase à fala de um determinado ator social do que a de outro, essa seleção demonstra que, possivelmente, existe uma maior empatia ou interesse, seja ele ideológico, econômico ou social, do veículo em divulgar este posicionamento do que outro.

Entretanto, quando há uma constante predileção por determinado enfoque em uma notícia do que por outro, a validade e a credibilidade do conteúdo que está sendo veiculado acabam prejudicados. É o que também critica o autor: o jornalismo que abusa do enquadramento acaba por prejudicar a noção de objetividade do campo jornalístico. Como já foi mencionado anteriormente, é a objetividade, junto com a imparcialidade, um dos preceitos fundamentais para que o jornalismo mantenha sua credibilidade junto ao público na retratação dos eventos cotidianos. Uma apresentação habitual de notícias com enquadramentos já familiares para a audiência incita dois fatores importantes, apresentados por Stuart Hall (1997):

(...) Primeiro reforça e amplia a definição e imagens em questão e mantém-as em circulação como parte do stock comum de conhecimento dado como adquirido. Segundo, “transmite uma impressão de repetição

eterna, da sociedade como ordem social composta de movimento, mas não de inovação” (Rock, 1973 e 1980) (HALL, 1997, p. 226).

Em seu trabalho, o autor Murilo César Soares aponta um risco da construção constante de determinados enquadramentos em detrimento de outros: o de que os enquadramentos tornem-se senso comum ao invés de serem vistos como realmente são – interpretações dos fatos: Essas interpretações sofrem influência direta de múltiplos atores sociais, incluindo políticos, organizações e movimentos sociais. Desta forma, estes múltiplos atores sociais competem pela construção social da realidade por meio de suas definições dos assuntos que devem ser tratados, uma vez que enquadramentos concorrentes disputariam as páginas das matérias de veículos noticiosos. Além disso, Entman afirma que quando não há coberturas midiáticas que apresentem enquadramentos variados, a tendência é que um determinado *frame* “dominante” se sobreponha a outros até opostos. Entretanto, ele frisa de que ainda assim o *frame* não tem efeito universal sobre toda a audiência.

Entretanto, o professor Leandro Colling (2011) salienta que não necessariamente o processo de enquadramento é feito de forma consciente pelo campo jornalístico. “O enquadramento pode muito bem ser resultado da absorção inconsciente de pressuposições acerca do mundo social no qual a notícia tem de ser embutida de modo a ser inteligível para o público pretendido”. (HACKET, 1993, p. 121 apud COLLING, 2011). As pressuposições sinalizadas pelo autor podem estar relacionadas a linha editorial do jornal, ou ao contexto político e social em que o fato está inserido. Ou seja, se trataria muito mais de um processo inconsciente, fruto da rotina de produção jornalística, como se já houvesse uma sistematização pré-formatada no inconsciente do jornalista sobre a abordagem que deve ser dada a determinado assunto.

2.1 Tipos de Enquadramento

Numa tentativa de criar uma metodologia do estudo do enquadramento, alguns autores sugerem uma tipificação destes. Para fazer tais classificações, pode-se levar em consideração a temática abordada pelos produtos, o enfoque dado ou não a determinados atores sociais, além da própria interação com o público. Entman (1993) sugere que geralmente pode-se identificar determinado enquadramento ao definir o problema a que

a reportagem se refere, diagnosticar as causas, fazer julgamentos morais e sugerir soluções. Entretanto, Entman ressalta que o enquadramento pode conter todas essas funções, algumas dessas ou até mesmo nenhuma delas. Ainda assim, tendo como base o que disse Entman, uma tipificação de enquadramentos é o que se ambicionou fazer neste trabalho: identificar as características preponderantes em cada matéria, sistematizá-las e perceber nelas enquadramentos dominantes.

Tipificações relevantes que serviram como exemplo para este trabalho foram encontrados no estudo do enquadramento proposto por Danilo Rothberg (2007). Em seu trabalho sobre coberturas midiáticas de política, ele divide os tipos de enquadramento de acordo com cada tipo de situação que é noticiada pelos meios de comunicação:

Se uma matéria apenas descreve, por exemplo, os candidatos nos termos de suas chances de vitória, ela promove um enquadramento estratégico, (...); se informa as exigências de categorias grevistas somente após ter relatado os distúrbios em ruas ocupadas pelos protestos, ali o pluralismo é negligenciado por uma versão com enquadramento episódico; se anuncia a nova política social com destaque para os choques entre os mandatários responsáveis por sua implementação, promove um enquadramento de conflito (ROTHBERG, 2007, p. 60)

Nota-se, portanto, mais uma vez, o caráter dinâmico dos enquadramentos: eles podem ser construídos de formas variadas, sendo adaptados de acordo com a abordagem pretendida pelos agentes do enquadramento – os jornalistas. Os diversos desenvolvimentos empíricos sustentados pelo conceito de enquadramento levaram à percepção de que determinados assuntos podem ser apurados pelas mídias jornalísticas segundo formatos específicos de cobertura. Ou seja, apesar das possibilidades múltiplas de se construir um enquadramento, existem formas pré-formatadas de se construir enquadramentos específicos. É levando isto em consideração que conseguimos, neste trabalho, sistematizar enquadramentos recorrentes, por identificarmos formas repetitivas de se cobrir determinado assunto.

O autor chama a atenção para os enquadramentos temáticos, que devem ser identificados de forma prioritária pois são necessários à formação integral do indivíduo enquanto sujeito político (2007, p. 25). Este enquadramento temático permite uma contextualização do assunto para melhor entendimento da audiência, sem dar ênfase

exacerbada sobre os aspectos sensacionais do fato noticiado. Assim, com um enquadramento temático, Rothberg acredita que é possível emitir um julgamento objetivo sobre as matérias em análise.

A avaliação de enquadramento tende a ser clara o suficiente para que contenha, a um só tempo, um inventário dos olhares construídos por determinada matéria em torno de certo assunto e uma consideração qualitativa a respeito da adequação de seu foco. (ROTHBERG, 2007, p. 60).

Para que se possa reconhecer, identificar e destacar os variados enquadramentos que uma notícia possa ter, Danilo Rothberg propõe um método de análise. Ele sugere que um enquadramento seja construído através de procedimentos que são intrínsecos à prática jornalística: “[técnicas de] seleção, exclusão ou ênfase de determinados aspectos e informações, de forma a compor perspectivas gerais através das quais os acontecimentos e situações do dia são dados a conhecer” (2007, p 54). Como foi dito neste trabalho em outras oportunidades, a omissão de determinado enquadramento para que outro ganhe notoriedade é muito significativo na avaliação do que estes enquadramentos representam.

Este autor, assim como os demais, caracteriza os enquadramentos enquanto “pacotes interpretativos” que conferem sentido a um assunto. Tais pacotes são capazes de construir significados ao longo do tempo, incorporando novos eventos aos seus enquadramentos interpretativos. Stephen D. Reese (2007, p. 149) propõe três paradigmas diferentes, as quais ele considera as mais comuns que têm enviesado cada vez mais os estudos de enquadramento e que ajudam a entendê-los enquanto pacotes interpretativos: o cognitivo, o construtivista e o crítico. O primeiro, o enquadramento cognitivo, é o que, segundo ele, mais tem tido ênfase entre os estudiosos do assunto. Este é feito através de uma histórica e enfática pesquisa sobre os efeitos dos meios. Faz referência também às implicações do enquadramento no poder de nível social. Soares (2006) vai além nesta classificação feita por Stephen D. Reese, ligando o paradigma cognitivo a ideia de estruturas primárias de Goffman (1986). Para Soares, é o “conhecimento anterior” o mediador do poder dos enquadramentos, num contexto de tomada de decisão e de avaliação:

O paradigma cognitivo considera que a cobertura noticiosa se torna um enquadramento acessível que os indivíduos usam, de modo que a

informação disponível ativa o conhecimento anterior, ajudando o leitor a tomar decisões e a formar interpretações (SOARES, 2006, p. 456).

O segundo paradigma proposto por Reese (2007), o do enquadramento construtivista, tem considerado os enquadramentos como recursos benignos, ferramentas mais ou menos disponíveis aos atores sociais. Soares (2006) explica, afirmando que o papel dos jornalistas é o de maior destaque neste tipo de enquadramento, sendo eles formadores de opinião e quem controla essas ferramentas:

Os jornalistas são processadores de informação que criam pacotes interpretativos, a partir das posições de fontes com investidura política, a fim de repetir e acrescentar-se à cultura do assunto. Por isso, a imagem paradigmática do construtivismo é a Cooptação. (SOARES, 2006, p. 457)

Ou seja, para o autor, é através da agregação de informação formatada e fornecida pelos jornalistas, que criam “pacotes interpretativos”, que a audiência forma suas próprias interpretações e toma decisões a respeito do tema proposto.

Por fim, Reese e Soares propõem o paradigma crítico, que tem considerado os estudos de enquadramento enquanto uma forma de controle hegemônico ligado às estruturas das elites. Ou seja, este considera os enquadramentos das notícias, elaborados pelos jornalistas, segundo a perspectiva de valores sustentados por elites econômicas e políticas. No paradigma crítico, são os enquadramentos que dominam o noticiário e também as audiências (Soares, 2006), colocando-a num estado de amorfa. Entretanto, é um pensamento ultrapassado pensar, como já vimos anteriormente neste trabalho, que a audiência não reage ou responde e absorve inconscientemente aos estímulos dos meios de comunicação.

2.2 Enquadramento e análise de conteúdo

A análise de conteúdo é frequentemente utilizada como um dos métodos que ajudam a compor o estudo do enquadramento. Não apenas neste trabalho, mas também

em outros, é através da seleção, ênfase e exclusão dos dispositivos de enquadramento, conceito este apresentado por Soares (2006), que pesquisadores e analistas vêm tentando executar análises de conteúdo de diversos produtos jornalísticos ou não. Esse tipo de estudo permite-nos inferir uma série de prerrogativas sobre as sociedades a que estes veículos representam, ou seja, é possível entender um pouco mais sobre quem “produz” a notícia, mas também sobre quem as “recebe”. O conceito de análise de conteúdo vem desde o início do século XX, com Harold Laswell, mas consagrou-se na segunda metade do mesmo século, com Klaus Krippendorff e Robert Weber, como salienta Herscovitz (2010):

(...) a análise de conteúdo é um método eficiente e replicável que serve para avaliar um grande volume de informação manifesta cujas palavras, frases, parágrafos, imagens ou sons podem ser reduzidos a categorias baseadas em regras explícitas, previamente definidas com o objetivo de fazer inferências lógicas sobre mensagens, (...) (HERSCOVITZ, 2010, p. 125).

Para Rothberg o trabalho de análise de conteúdo é o que mais exige o uso do enquadramento como método de pesquisa para se ter uma quantificação de unidades de sentido a serem definidas de acordo com a amostra pesquisada:

Muitas vezes, definem-se termos-chave envolvidos nos temas estudados, e cada ocorrência deles é somada, a fim de gerar uma espécie de radiografia dos significados presentes no texto. A valência de cada ocorrência pode variar, conferindo-se maior peso aos termos situados em posições de destaque, como o título, por exemplo, ou a chamada, a introdução, o conteúdo das imagens (Rothberg, 2007, p. 64)

Por ser um método de estudo considerado relativamente ainda recente, cujos trabalhos mais influentes datam da década de 1970/1980, existem métodos variados para se produzir uma descrição competente e de credibilidade de enquadramento. Rothberg (2007) sugere que sejam listados os itens de cada produto a serem analisados e que sejam classificados em categorias de seleção, exclusão e ênfase.

Primeiro é necessário selecionar o que se pretende analisar, e isso varia de tema, pesquisa, enfim, do objeto em foco do pesquisador. Depois, a categoria de exclusão deve estimar as informações que deveriam estar presentes a fim de atender os critérios de

pluralidade e equilíbrio em enquadramentos temáticos, completos o suficiente para um entendimento mais amplo do assunto em questão:

A ênfase é percebida a partir da identificação dos elementos que se destacam de alguma forma na matéria, seja porque são ressaltados na forma de título, lide, olho, linha fina, planejamento gráfico e fotografia, ou são articulados como conclusão da reportagem (Rothberg, 2007, p. 63)

Soares (2006) explica quais tipos de dispositivos de enquadramento devem ser analisados.

Os pesquisadores interessados no estudo da construção do enquadramento pelos meios assinalam as palavras e as imagens associadas a ele, em um determinado corpus textual. Em seguida, identificam intenções jornalísticas, valores de notícia, estruturas discursivas, conteúdos e formatos que integram palavras e imagens de uma notícia, de modo a construir um determinado enquadramento (SOARES, 2006, p. 461).

3. Análise

3.1 – Corpus

O objetivo deste trabalho é identificar e analisar de que forma os pets, focando-se aí apenas nos cães e gatos, são representados pelos sites de notícias iBahia, G1 Bahia e Bahia Notícias. A escolha destes sites é em função da linha editorial e da realidade da política baiana. Serão analisadas apenas as notícias de conteúdo local, compreendendo o estado da Bahia, uma vez que o valor de noticiabilidade principal levado em consideração para fazer esta análise é o da **proximidade**: geograficamente, interessa para a pesquisa entender como os veículos locais representam os pets que se aproximam da realidade de seus leitores.

Foram encontradas, ao todo, 65 matérias nos três veículos referentes ao tema da representação dos pets em notícias locais. Serão analisadas também apenas notícias veiculadas no ano de 2013, de 1 de janeiro a 31 de dezembro. Consideramos que o ano de 2013 é representativo para a causa animal na sociedade soteropolitana e baiana, pois é o primeiro ano após a eleição de dois vereadores cuja principal plataforma política é o bem-estar animal. Ambos foram eleitos com porcentagens expressivas de voto - Ana Rita Tavares, do Partido Republicano da Ordem Social (PROS), com 0,78% dos votos, e Marcell Moraes (Partido Verde), com 0,62% dos votos, ocupando o 14º e 22º lugar entre os 43 eleitos, respectivamente. Nos primeiros estágios do desenvolvimento deste trabalho, foi feita uma pesquisa exploratória abrangendo apenas o primeiro semestre de 2013. Entretanto, como os resultados de quantidade de notícia se mostraram insuficientes e pouco representativos, decidimos estender o período escolhido para todo o ano de 2013. Além disso, consideramos que só assim seria possível analisar a cobertura jornalística das ações de ambos os vereadores em prol da causa animal e de que forma isso seria representado pelos meios de comunicação.

O iBahia e o G1 Bahia são ambos vinculados à mesma empresa, a Rede Bahia, que conta ainda com outros veículos de notícia, entre eles a TV Bahia e o jornal Correio*. Entretanto, a linha editorial se difere bastante de um para o outro. O iBahia é um portal de notícias, que foi criado em 1999 e é dividido em cinco grandes editorias: *Especiais*, *Notícias*, *Esporte*, *Entretenimento* e *Serviço*, além do *Mais*, que linka o internauta aos sites dos demais veículos de comunicação relacionados à Rede Bahia. Quanto à linha

editorial, o editor chefe do portal, Rafael Sena¹, destaca que *hard news* são a prioridade na hora da divulgação de notícias. As notícias de esporte, entretenimento e serviço locais são as que estão em destaque na home, na maior parte das vezes, mas a agenda cultural local tem espaço fixo e notícias relacionadas a teatro e cinema são as mais frequentes neste espaço. Notícias nacionais e internacionais também encontram espaço frequentemente entre as publicações. Geralmente os principais critérios de noticiabilidade em comum, pensando aqui nos listados por Traquina (2005), entre essas notícias são os de amplitude, pelo fato atingir muita gente, como grandes catástrofes; o de ineditismo, que apresenta o insólito sobre os temas mais diversos; e a notoriedade, geralmente relacionada à vida dos famosos. De acordo com Rafael, a editoria que mais tem acessos é a de entretenimento, uma vez que a vida dos famosos é o que desperta maior interesse do público, refletindo numa maior audiência. Matérias de comportamento também são facilmente encontradas no iBahia.

Assim como o iBahia, o portal do G1 Bahia (G1 BA), como foi dito anteriormente, também está vinculado à Rede Bahia, entretanto este se trata de uma sessão estadual de uma rede de sites de notícias nacional relacionados à Rede Globo. Criado em 2011, as notícias em destaque na home do portal noticioso baiano são divididas em *Destaques da Região*, *Últimas da Região* e *Destaques do G1*, que apresenta as notícias nacionais publicadas pelo principal site da rede, o G1. Além desta divisão, as editorias levam o nome das cidades em que os fatos aconteceram, como “Salvador”, “Alagoinhas”, “Feira de Santana” e outras grandes cidades do estado baiano. Na home, existem espaços destinados aos programas exibidos pela TV, tal como o “Rede Bahia Revista” e os telejornais. Costumeiramente, notícias que foram veiculadas pelos programas jornalísticos televisivos são adaptadas para o site, e as notícias publicadas na web contam com o vídeo da matéria que passou na televisão. E isso é fator preponderante para definir os critérios de noticiabilidade que regem as publicações do site. Rafaela Ribeiro², a editora chefe do G1BA, salienta que a linha editorial do portal segue uma linha de notícias “padrão Globo”. Ou seja, como ela frisa, a redação não possui um manual de redação próprio, mas tem como prioridade os fatos que causam efeitos efetivos na população, além de entretenimento e esporte. Acredito que por ser ligado a uma grade televisiva,

¹ Entrevista realizada com Rafael Sena, editor-chefe do iBahia, no dia 3 de julho de 2014, na sede da Rede Bahia. A transcrição da entrevista não consta em ‘Anexos’ pois não foi gravada.

² Entrevista realizada com Rafaela Ribeiro, editora-chefe do G1BA, no dia 9 de julho de 2014. A transcrição da notícia não consta em ‘Anexos’ pois foi feita por telefone.

notícias com o insólito como conteúdo têm cadeira cativa entre os fatos noticiados, além, é claro, dos valores notícia atualidade, amplitude, negatividade, notoriedade e ilegalidade serem os mais recorrentes entre as notícias.

Já o Bahia Notícias se difere bastante dos outros dois, tanto na apresentação da home quanto no conteúdo das notícias. Criado por Ricardo Luzbel, em parceria com o jornalista Samuel Celestino que hoje é o jornalista âncora do BN, em 2007, este site de notícias disponibiliza para o internauta duas versões da home: na primeira, existe uma apresentação dos destaques de cada uma das editorias *Cultura, Esportes, Holofote, Saúde e Justiça*. Entretanto, o internauta pode acionar a opção “Em Blog”, que faz desaparecer as notícias separadas em destaque, deixando apenas uma listagem das notícias recentemente publicadas. O formato dos textos publicados pelo BN se assemelha bastante ao de blogs, com no máximo duas imagens centralizadas e um parágrafo por notícia. O editor-chefe do site, Evilásio Júnior, explica:

Isso é um padrão estabelecido por Samuel. Ele fez um curso nos Estados Unidos e descobriu-se que a tendência era de que você tem que ter no máximo 15 linhas ininterruptas. A gente usa esse padrão para notícias mais simples na capa. Mas existem as matérias especiais, que a gente chama de “virada”, que geralmente entram meia-noite, que são reportagens mais aprofundadas e você pode ver que intercalamos esse período, que seria de uma nota, com fotos.³

O tipo de matéria veiculada pelo BN também se difere dos demais selecionados para essa pesquisa. Quanto a temática pet, quase 74% das notícias faziam cobertura política. Ou seja, esta é uma marca da linha editorial do site, que faz notadamente cobertura das ações políticas locais. Evilásio explicou que “Política” é o carro-chefe do BN, e que existe um público especializado que dá audiência constante a essa editoria. Mas que as seções de Esporte e o Holofote, destinado a cobertura da vida de celebridades, também possuem uma quantidade de acessos bastante expressiva. Portanto, entendemos que os valores notícia marcadamente notórios do BN é o de proximidade e notoriedade, relacionado aí aos agentes sociais políticos do estado da Bahia.

³ Fragmento de entrevista realizada com Evilásio Júnior, editor-chefe do Bahia Notícias, no dia 14 de julho de 2014, na redação do Bahia Notícias. A transcrição da entrevista encontra-se em ‘Anexos’ no CD.

3.2 – Metodologia

A análise dos três sites de notícias baianos será feita empregando a metodologia de análise de conteúdo para identificar os principais enquadramentos utilizados em cada um dos sites, no que se refere às notícias que fazem referência aos pets. Além disso, também se fará uso do conceito e função dos valores notícia, para se entender melhor quais são os tipos de enquadramento e de que forma eles operam.

Foi escolhida a análise de conteúdo por considerarmos o método mais apropriado para se analisar as principais características, marcas e estilos das matérias de um veículo jornalístico, para fazer inferências acerca da sociedade que aquela matéria representa e para quem ela fala. Através da análise de conteúdo, pode-se detectar tendências e modelos na análise de critérios de noticiabilidade, enquadramentos e agendamentos, além de possibilitar a análise da frequência com que temas, pessoas e lugares aparecem na mídia. (Herscovitz, 2010). Ou seja, a partir da análise de certos padrões, é possível inferir quais os critérios adotados pelo veículo de comunicação para publicar determinada notícia, de que forma ele se posiciona sobre o tema, quais os recursos linguísticos que o mesmo utiliza para reforçar o seu posicionamento, com que frequência aquele tema é abordado, entre outras características.

Além de analisar o que está explícito na matéria, é preciso analisar também o que está latente, oculto, subentendido. (Herscovitz, 2010, p. 126). Para analisar o que está subentendido, é preciso então levar em consideração o contexto social em que a matéria foi produzida e veiculada. Por isso, então, que consideramos importante selecionar as notícias publicadas em 2013, primeiro ano após a eleição dos vereadores da causa animal em Salvador. Aqui pretende-se também abranger a pesquisa quantitativa, levando em consideração a frequência com que o tema da causa animal aparece nestes veículos, e se as abordagens escolhidas são também frequentes, o que é um indicativo dos enquadramentos selecionados por cada site.

Herscovitz (2010) propõe, então, que a análise de conteúdo de veículos jornalísticos se dê a partir de conceitos abstratos, estabelecendo as principais características de cada veículo e cada reportagem, usando como objeto de análise desde a menor unidade de registro, como a palavra, até o próprio texto em si, por completo. Neste trabalho, além da análise textual de cada notícia selecionada, desenvolvemos a metodologia separando como menores unidades indicativas para a pesquisa as palavras-chave que fazem referência aos pets, como “cão”, “gato”, “animal”, entre outros; os verbos relacionados

às palavras-chave, se são verbos que colocam o pet enquanto sujeito agente ou passivo; e os adjetivos ligados também às palavras-chave, que conferem características aos pets. A escolha e identificação de palavras-chave foi fundamental para a construção deste trabalho desde o início das pesquisas. Foi usando palavras-chave como “animais”, “cachorro”, “pets”, “maus tratos” e combinações dessas palavras entre si nos gerenciadores de busca dos três sites, que as notícias que se encaixavam nos critérios do período de tempo e proximidade, foram selecionadas como corpo para a pesquisa.

Esta pesquisadora teve dificuldades para encontrar as notícias que se enquadrassem no tema e período escolhido, uma vez que foi necessário utilizar diversas combinações de palavras-chave nos gerenciadores de busca de cada site. No iBahia, a palavra-chave “cachorro”, por exemplo, fazia aparecer notícias relacionadas a cachorro-quente, garrafa plástica ou novelas. Por isso a quantidade de notícias que aparecia como resultado nos gerenciadores de busca não necessariamente era significativa ou se referia a notícias que se enquadravam no tema e período proposto. O mesmo acontecia no G1 Bahia, entretanto, neste era preciso somar às palavras-chave a palavra “Bahia” para que notícias locais aparecessem, uma vez que o gerenciador do site faz uma busca por todos os sites de notícia da rede nacional do G1, não apenas o baiano. Já o Bahia Notícias, talvez por ter uma abrangência de público e temas menor, foi o único entre os sites escolhidos que apresentou respostas mais coerentes às buscas com as palavras-chave. No BN, as notícias apareciam selecionadas por editoria, seguindo a ordem cronológica da mais recente para a mais antiga.

Estas unidades de registro, somadas aos critérios de noticiabilidade identificados em cada texto, nos ajudam a identificar os enquadramentos mais recorrentes em cada site de notícia. Os critérios de noticiabilidade ajudam a compor os enquadramentos por serem fatores determinantes na prática jornalística. São eles que, como vimos até aqui, sugerem padrões de fatos noticiáveis que permitem uma sistematização das notícias. Usamos como referência os critérios listados por Wolf (2003) e por Traquina (2005), que foram explicados e sistematizados ainda no capítulo sobre campo jornalístico, para fazer uma sistematização própria dos critérios de noticiabilidade identificados neste trabalho. Portanto, neste capítulo, apenas será trabalhada a sistematização feita que ajuda a pensar os produtos dos sites noticiosos.

Por questões metodológicas e de interesse para a pesquisa, o principal critério identificado e utilizado como fator de seleção para todas as notícias, uma vez que também consta enquanto linha editorial dos sites escolhidos, foi o de **proximidade**: apenas

notícias locais que abrangessem o território baiano foram destacadas para análise. Portanto, este é um critério presente em todos, ficando de fora, então, notícias nacionais ainda que sobre a temática pet.

Quadro 1- Critérios substantivos e de construção

Critérios Substantivos	
Inusitado	Está relacionado ao ineditismo, à novidade. Evento que rompe com a linearidade do cotidiano, alterando o ciclo “normal” dos fatos. Ex.: Cachorro que surfa e pratica <i>stand up paddle</i> .
Amplitude	O evento tem o potencial de atingir ou envolver um grande número de pessoas
Atualidade	Fato tem capacidade de se referenciar na contemporaneidade no momento da sua mediação. Ex.: Projetos de lei aprovados ou não
Interesse Público	É o que os meios de comunicação consideram importante que o público saiba
Morte ou Iminência de	Relacionado a negatividade de um evento, que tem qualidade trágica como a morte ou a quase morte, neste caso, dos pets
Notoriedade	Pessoas notórias que se destacam na causa animal
Exemplicidade	Evento serve como modelo do que é certo fazer do ponto de vista moral/racional/ético
Conflito ou controvérsia	Conflito envolvendo pessoas ou entidades notórias

Critérios de Construção	
Personalização	Aqui utilizado como sinônimo de humanização: quando se cria uma notícia em volta do pet e atribui a ele ações, sentidos e adjetivos que o personificam.

Dramatização	Capacidade do evento em ganhar narrativas dramáticas, com início, meio e fim.
Continuidade	Relaciona-se com acontecimentos que já foram noticiados e servem de gancho para outras notícias. Também referido por Wolf enquanto importância da notícia para uma cobertura

Fonte: Traquina (2005), com sistematização da autora

A escolha e identificação desses critérios de noticiabilidade ajudam a definir quais foram os enquadramentos construídos pelos sites nas notícias com a temática pet de forma mais recorrente. Como foi dito anteriormente, a partir da identificação dos valores notícia, palavras-chave e suas co-ocorrências, foi possível identificar oito tipos de enquadramento entre as notícias selecionadas. Entretanto, para facilitar o entendimento, foram alocados em quatro grandes enquadramentos:

- a) **Denúncia:** refere-se a casos de maus tratos e morte dos animais. Dentro deste enquadramento ainda foi possível separar as notícias em outros dois: notícias em que o **pet aparece enquanto vítima principal** das ações, e as em que o **pet aparece em segundo plano** nas ações;
- b) **Serviço:** refere-se a campanhas de vacinação e eventos voltados para o mercado especializado. Dentro deste enquadramento foi possível separar as notícias em: **serviço público**, referente ao interesse público, conceito de auditório universal que já demonstramos no primeiro capítulo, e **mercado pet**, referente ao interesse de um público específico;
- c) **Entretenimento:** refere-se a casos que lidam com o inusitado. O conceito de entretenimento aqui utilizado é o que foi referido por Wolf (2003), quando o evento tem a capacidade de entreter: “São interessantes as notícias que procuram dar uma interpretação de um acontecimento baseado no aspecto do “interesse humano”, do ponto de vista insólito, das pequenas curiosidades que atraem a atenção”. (Wolf, 2003, p. 205). Dentro deste enquadramento identificamos, portanto, dois tipos: o **inusitado** e a **personificação**, em que o critério de personalização, cujo conceito adaptado foi explicado no quadro anterior, é dominante;

- d) **Cobertura Política:** refere-se às notícias que cobrem o dia-a-dia das ações políticas que dizem respeito à causa animal. Este tipo de enquadramento foi considerado significativo uma vez que o período de tempo escolhido para a análise se baseia justamente no primeiro ano de mandato de dois vereadores cujas plataformas foram o bem-estar animal. Dentro deste enquadramento, foram identificados dois: **destaque da causa animal e destaque para os protetores de animais**, ou seja, quem se intitula enquanto defensor dos pets.

No período de análise, de 1/01/2013 a 31/01/2013, foram encontradas 17 matérias no iBahia, 22 matérias no Bahia Notícias e 26 no G1 Bahia, totalizando 65 matérias veiculadas pelos três portais referentes ao tema pet. No primeiro semestre, houve um total de 26 matérias. No segundo semestre, foram encontradas 39 matérias. De um semestre para o outro houve um aumento de 50% de matérias publicadas pelos três sites. Matematicamente falando, se tirarmos uma média da quantidade de notícia publicada, no primeiro semestre houve pouco mais de 1 matéria publicada por mês em cada veículo. No segundo semestre, o número dobra, com pouco mais de 2 matérias por mês em cada veículo. Então, no período analisado, foi publicada uma média de 5 matérias por mês nos três sites durante o ano de 2013, o que é relativamente pouco se pensarmos no fluxo e na quantidade de matérias que são veiculadas abordando outros temas por dia nestes mesmos sites.

No período analisado, os principais enquadramentos de notícia ficaram divididos assim:

Quadro 2- Comparação de resultados

	IBAHIA	G1BA	BN	TOTAL
DENÚNCIA	47%	34,61%	13,63%	30,76%
SERVIÇO	41,17%	15,38%	0	16,92%
COBERTURA POLÍTICA	0	0	77,27%	26,17%
ENTRETENIMENTO	11,76%	50%	9,09%	26,15%

A recorrência do tipo de pauta no iBahia se mantém equilibrada entre *Denúncia* e *Serviço*, comprovando que existe um interesse em tratar a temática pet sob diferentes abordagens. De acordo com o editor chefe do site, pesquisas de tendências de busca realizadas pelo site identificaram que a temática pet está entre as curiosidades recorrentes dos usuários do site iBahia. Rafael afirma que o assunto é “tendência” entre seus leitores e que por isso existe um número similar de matérias entre os enquadramentos. Em entrevista, ele revelou que existe a intenção de criar, no futuro, um link específico para o mundo pet dentro do iBahia, e que eles já estão buscando parceiros que assumam essas publicações direcionadas para os amantes de pets.

No G1 Bahia, também há um equilíbrio na recorrência do tipo de pauta, mas está entre *Denúncia* e *Entretenimento*. Já o Bahia Notícias é notadamente político. A divisão destes quatro grandes grupos de enquadramento nos possibilita reforçar as linhas editoriais de cada site: por ter uma relação forte com a TV, por exemplo, os critérios de noticiabilidade recorrentes no G1 Bahia caracterizam os enquadramentos de denúncias de maus tratos e fatos incomuns e fazem com que sejam noticiados frequentemente. De acordo com Rafaela Ribeiro, do G1 BA, fatos inusitados relacionados aos pets geram expressivo retorno na audiência do site. Ainda que não existam números concretos na redação que possam quantificar essa audiência, a editora chefe do portal garante que o retorno é imediato na quantidade de acessos do site. Entretanto, mesmo com números consideráveis, a ponto de fazer com que matérias inusitadas tenham sido noticiadas quase 42% das vezes em 2013, Rafaela afirma que não existe na redação do G1BA uma busca pré-determinada de pautas relacionadas a essa temática.

Um dado interessante encontrado nesta pesquisa feita no site Bahia Notícias é o de que o vereador Marcell Moraes é personagem, se não principal mas como fonte, em 63% de todas as notícias encontradas. Projetos propostos pelo vereador na Câmara em prol dos animais, ou ações particulares do edil, foram assuntos recorrentes no site, em detrimento de Ana Rita Tavares, também vereadora mas que só é personagem em 22% das notícias. Em entrevista, Evilásio Júnior afirmou que a assessoria de Marcell envia constantemente releases para a redação, e que isso já virou até um inconveniente:

Marcell Moraes é um megalomaniaco. Isso porque, se você bobear, todos os dias ele quer emplacar alguma nota. Existem notícias que têm relevância e acabam tendo repercussão grande, até porque ele tem muitos seguidores no Facebook, etc, mas ele tem uma megalomania muito grande de querer provocar, causar notícia o tempo todo. Tanto

que se você for fazer uma pesquisa dos últimos meses entre as publicações do BN, você não vai encontrar uma nota com ele porque eu passei a barrá-lo. Mas era por isso. Porque a assessoria dele e ele querem produzir muito material, a maioria cortina de fumaça, e a assessoria de Ana Rita Tavares não aparece tanto⁴.

É interessante notar também que, excetuando o Bahia Notícias, cujo direcionamento é marcadamente político, não foi encontrada cobertura política das ações voltadas para os pets na Câmara de Salvador no iBahia nem no G1 Bahia. As políticas voltadas para os animais não são pauta em nenhum dos dois veículos vinculados à Rede Bahia. Ambos os editores-chefes dos sites justificaram essa ausência na falta de correspondência com o perfil do usuário do site, que não se interessaria por notícias de cunho político que tratam de ações esporádicas no campo da política.

A partir daqui, iremos analisar cada notícia individualmente, destacando os valores notícia, as palavras-chave e as co-ocorrências no títulos e subtítulos, no lead, nos discursos diretos e no corpo do texto por inteiro. Por uma questão metodológica, as palavras-chave identificadas e que são usadas para se referir aos pets foram separadas em dois grupos: as palavras-chave gerais e as de aproximação. Na primeira, estão incluídas as nomeações generalizantes, comumente utilizadas na linguagem para se referir aos pets, como cão, cachorro, gato e animal, por exemplo. Já nas palavras-chave de aproximação, foram incluídos os nomes próprios dos animais, diminutivos, a raça do animal e também palavras que insinuem uma relação familiar e humana, como filho. O objetivo dessa separação é conseguir identificar quando as nomeações e em quais enquadramentos elas aparecem de forma mais dominante e se, a partir delas, conseguiremos inferir se existe ou não uma tentativa de aproximação do pet com o público leitor dos sites. Os quadros individuais de análise de cada notícia constam em anexos em um CD ao final deste trabalho.

3.2.1 – Denúncia

O enquadramento de denúncia é o mais recorrente entre os encontrados acerca da temática pet: aparece pouco mais de 30% das vezes. No iBahia, ele representa 47% das notícias relacionadas aos pets, 13,63% no Bahia Notícias e 34,61% no G1 Bahia. O único

⁴ Fragmento retirado de entrevista com Evilásio Júnior, presente em Anexos.

verbo relacionado aos pets que é encontrado em todos os veículos é “resgatado”, assim como o único adjetivo encontrado é “abandonado”. Dentro deste enquadramento, foram encontrados dois tipos de denúncia: notícias em que o pet aparece enquanto vítima principal dos maus tratos, e notícias em que ele é vítima mas aparece em segundo plano.

- a) **Pet enquanto vítima:** neste tipo de enquadramento, a negatividade do fato é o principal fator que o faz virar notícia. Em todas as matérias identificadas com este enquadramento, o critério de noticiabilidade dominante identificado é o da morte ou da iminência da morte do pet. O critério de noticiabilidade “morte, ou iminência de” fica logo evidenciado nos títulos e subtítulos das 14 matérias encontradas e que constituem este tipo de enquadramento. As palavras denúncia ou denunciar e resgate são as únicas que se repetem em todas as notícias, sejam nos títulos, subtítulos ou no corpo do texto.

As nomeações utilizadas ainda nos títulos e subtítulos para se referir aos pets são as mais gerais, ocorrendo 21 vezes tanto no iBahia quanto no G1 BA, enquanto as nomeações que sugerem uma aproximação do pet com o leitor, se repetem em números inexpressivos: cinco e nove vezes, como é possível identificar no quadro abaixo. Nas notícias encontradas no BN, provavelmente pela linha editorial ser mais voltada para a política, só foi encontrada uma matéria que se encaixe nesse tipo, não existindo nomeações de aproximação nela.

Em 80% dos títulos, os verbos relacionados aos pets os colocam no sujeito passivo dos acontecimentos – são verbos como “foi baleado”, “atingido”, “acorrentado”, entre outros. Nota-se aí a relação dos verbos escolhidos que vão logo nas chamadas das matérias que evidenciam o critério de noticiabilidade morte, que é dominante. Quando não atrelado a acontecimentos negativos, como os exemplificados, o pet aparece enquanto vítima resgatada pelo ser humano. Ou seja, são as pessoas que exercem as ações nas quais o animal é a principal vítima. Utilizando os dados da tabela abaixo, notamos que os pets aparecem enquanto sujeitos passivos 18 vezes nos títulos e subtítulos, enquanto apenas por seis vezes eles são os sujeitos agentes dos verbos relacionados a eles.

Como era de se prever, uma vez que levamos em consideração a ideia de que um texto jornalístico clássico não prevê adjetivações, os adjetivos apareceram apenas três vezes entre as 14 notícias selecionadas. Os adjetivos encontrados são “abandonado”, aparecendo duas vezes e “debilitado”, fazendo alusão aqui, mais uma vez, ao caráter negativo da notícia.

Nos discursos diretos, ou seja, quando há uma fonte entrevistada para compor a matéria, as nomeações ainda são mais gerais, entretanto, existe um equilíbrio na quantidade de vezes que elas se repetem tanto para as palavras-chave gerais quanto para as de aproximação: as nomeações gerais se repetem 13 vezes, e as de aproximação por 10 vezes.

Apesar de conter marcas de aproximação na representação do pet nos discursos diretos, não encontramos fatores suficientes para que possamos afirmar que este tipo de enquadramento sustenta a aproximação da representação dos pets com os relacionamentos humanos.

Quadro 3 – Denúncia: Pet enquanto vítima principal

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
DENÚNCIA: PET VÍTIMA PRINCIPAL					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	21	24	3	77,4%
	APROX.	9	5	-	21,5%
TOTAL		30	29	3	62
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	5	5	-	22,2%
	APROX + SUJ. AG.	1	-	-	2,22%

	GERAIS + SUJ. PAS.	14	11	1	57,7%
	APROX + SUJ. PAS.	4	4	-	17,7%
TOTAL		24	20	1	45
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	1	3	-	50%
	APROX + ADJ	2	-	-	50%
TOTAL		3	3	-	6

DISCURSO DIRETO					
DENÚNCIA: PET VÍTIMA PRINCIPAL					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	3	10	-	56,5%
	APROX	7	3	-	43,4%
TOTAL		10	13	-	23
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	7	3	-	43,4%
	APROX + SUJ. AG.	2	3	-	21,7%
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	7	-	30,4%

	APROX + SUJ. PAS.	-	1	-	4,3%
TOTAL		9	14	-	23
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	3	1	-	50%
	APROX + ADJ	2	2	-	50%
TOTAL		5	3	-	8

Na matéria *“Cadela filhote é encontrada agonizando pelas ruas de Salvador; vereadora denuncia o abandono”*, publicada pelo iBahia, o animal aparece enquanto vítima principal, pois traz um caso de resgate de um cachorro. Ao colocar as palavras chave “cadela filhote” junto a “encontrada agonizando” e “vereadora denuncia o abandono” logo na chamada da matéria, o veículo faz uma seleção de palavras que apelam ao sentimento de pena do leitor, por caracterizar a “cadela” enquanto “filhote”, dando uma ideia de fragilidade ao pet, além de já deixar claro a intenção de retratar uma situação de maus tratos. O mesmo acontece ao fazer uso de palavras no diminutivo, como em: “A parlamentar salvou uma cadelinha que estava agonizando em uma das ruas do bairro do Rio Sena, em Salvador”, logo no início do texto. Nas escolhas feitas pelo veículo do discurso direto, fragmentos em que há uma ideia de fragilidade relacionada às condições do animal, explícita pelo uso de diminutivos, também foram selecionadas: “Está magrinha e com uma hérnia na barriguinha. Está faminta e com sede”. Assim, podemos inferir que existe uma tentativa de aproximação na representação do animal com o público leitor, uma vez que existe uma nomeação de aproximação e há adjetivações negativas relacionadas a ele que aparecem desde a chamada da matéria.

A matéria *“Cadela filhote resgatada no Rio Sena sobrevive e se recupera; veja foto”*, se trata de uma matéria de denúncia que dá continuidade a outra veiculada anteriormente pelo site. Aqui identificamos o critério da continuidade, uma vez que existe um gancho para uma matéria anterior, se tratando da cobertura de um fato. O texto se refere à cadela pelo nome próprio dela, “Seninha”, ainda no subtítulo, e por mais três

vezes no decorrer do texto, colocando-a como personagem central da notícia. Com isso, acreditamos que o veículo faz uma aproximação do animal com o público leitor. Além disso, ao já começar o texto afirmando se tratar de “E uma boa notícia para os defensores dos direitos dos animais”, ele direciona ainda mais qual o público leitor da matéria. Apesar de se referir às pessoas que lidam com animais (“para os defensores dos direitos dos animais”), não há grande destaque para a pessoa enquanto ator principal da notícia. Noticiar o estado de saúde do animal parece ter mais ênfase. Os verbos relacionados às palavras chaves vêm no passado, e reforçam a ideia de maus tratos sofridos pelo animal até então: “(...) a filhote de aproximadamente cinco meses, resgatada pela vereadora (...)”, “Seninha foi encontrada agonizando nas ruas (...)”, “Ela cambaleava pelo passeio”, entre outros exemplos. Ao dizer que a cadela “já ganhou vários fãs”, o veículo atribui a ela uma ideia de importância, de destaque, tornando-a a personagem principal da notícia, além de dar a ela um caráter de celebridade, digna de ter fãs. Assim, podemos inferir que existe uma tentativa de aproximação na representação do animal com o público leitor.

A matéria *“Cãozinho atingido por bomba junina se recupera na Bahia”* já trata desde a chamada o pet por um nome diminutivo, colocando em foco a denúncia de maus tratos e o seu bem estar. As únicas nomeações utilizadas na notícia aparecem no diminutivo: o nome próprio do animal, Marley, é repetido por três vezes, assim como cachorrinho e cãozinho, três e duas vezes, respectivamente. Os verbos associados a Marley são os costumeiramente associados a ações humanas como “brincava do lado de fora da casa onde mora”, “acostumado a brincar” e “Marley se confundiu”. Talvez neste texto haja quase uma tentativa de humanizar o animal. Portanto, aqui são identificados os critérios de noticiabilidade de morte, ou iminência da mesma e personalização do animal.

A notícia *“Moradores denunciam mortes por envenenamento de mais de 40 gatos”* faz uma denúncia de maus tratos a gatos e o propósito da matéria se apresenta logo na chamada, com “Moradores denunciam mortes”. Ainda que aqui os animais não sejam o sujeito da ação, eles são os principais e únicos afetados por ela – o envenenamento. Todas as vezes que a matéria se refere aos gatos envolvidos, palavras genéricas e usuais foram selecionadas: a palavra chave gatos foi utilizada nove vezes, e animais, cinco. Apenas nas falas dos entrevistados aparece uma aproximação dos envolvidos com o tema, e isso constata-se através do uso do nome próprio “Mimoso”, que se repete por duas vezes, e de diminutivos, como gatinho (a), que se repetem por duas vezes. Como as nomeações genéricas são a maioria

e não existem adjetivações ou outros fatores de aproximação, acreditamos que nesta matéria não exista uma aproximação das pessoas e dos pets na forma como o site retrata o fato.

A matéria *“Homem é levado à delegacia na BA suspeito de tentar jogar cadela em rio”* tem o propósito de denunciar evidenciado logo na chamada ao se referir ao homem enquanto suspeito. As formas dominantes para nomear a cadela são as comumente usadas pelo jornalismo – cadela e animal são as únicas palavras-chave usadas para nomear o pet aqui, e aparecem cinco e seis vezes ao longo do texto, respectivamente. Em determinado momento do texto, há uma identificação do animal envolvido pelo nome próprio, “Loly”, mas isto só acontece por duas vezes. Entretanto, a matéria faz uma descrição detalhada das condições do animal, com verbos de ligação no presente – “A cadela foi salva. Ela se chama Loly e está em fase de recuperação. Da raça “fila”, ela tem cerca de cinco anos de idade e ainda está muito fraca e se alimenta através de soro”. Apesar deste acompanhamento da saúde do animal após o caso da agressão, não existem indicativos suficientes para que possamos inferir que exista uma aproximação entre pets e pessoas na representação feita pela notícia. Aqui, o principal critério identificado ainda é o dominante de morte, mas também está presente o de dramatização, uma vez que existe uma narrativa envolvendo o fato, com início, meio e fim, com acompanhamento das condições do animal após o ocorrido.

Esta denúncia é sobre uma denúncia de agressão a um cachorro, e o propósito da matéria se apresenta logo na chamada, com *“Jovem é preso em Feira de Santana suspeito de agredir cachorro pit bull”*. O texto repete cinco vezes a palavra agressão e suas variações (agredido (a)), dando destaque aos maus tratos sofrido pelo animal, sendo o animal, inclusive, caracterizado enquanto “cachorro agredido”, caracterizando-o enquanto vítima das ações sofridas. Há também, no final do texto, a menção a outro caso de agressão a mesma raça de cachorro. Os verbos relacionados às palavras chave estão ligados também a palavra agressão (quando não são também suas variáveis), e dizem respeito sobre as condições de saúde do animal. Apesar de fazer referência a raça do animal, o que consideramos uma forma de aproximação na nomeação dos pets, pois exige do leitor que ele tenha algum conhecimento sobre aquela raça para que ela seja posta em destaque e que chame sua atenção, não encontramos outros indicativos de que exista uma aproximação na retratação do pet com as pessoas.

Esta denúncia é sobre um cachorro que pegou um explosivo junino que explodiu na boca dele. Ao colocar na chamada da matéria *“Cachorro é atingido por bomba junina e passa*

por 7 cirurgias na BA”, o texto deixa em aberto se o que houve foi um acidente ou se o animal foi vítima de maus tratos. Mais tarde, quando é apresentada ao leitor a informação de que foi uma criança de sete anos quem jogou a bomba e o cachorro pegou, deduz-se que a escolha por “foi atingido” na chamada da matéria pode ter sido proposital, para que dê mesmo uma ideia de acidente e não de caso de maus tratos intencional. A narração dos fatos também é colocada como uma sucessão de acontecimentos aleatórios, – “quando uma criança jogou o explosivo próximo ao cachorro, que carregou o explosivo na boca antes de ser detonado”. Caracterizando-o enquanto vítima, ao animal são atribuídas ações humanas, como: “Ele adora as visitas”, além de ter referências a ele pelo nome próprio “Marley” por três vezes durante o texto. Portanto, os critérios aqui presentes são os de morte e personificação do animal. Em um dos discursos diretos, adjetivações são feitas ao pet e o colocam como “tranquilo e alegre”. Por causa das adjetivações e por estarem relacionados às palavras chave verbos em que o pet é o sujeito principal das ações, acredito que exista aqui uma intenção de aproximar a representação do pet do público leitor.

Os textos do Bahia Notícias se assemelham a notas e são consideravelmente menores do que os já vistos até então. Nesta notícia, “*Ana Rita cobra delegacia voltada para os animais*”, as formas de nomear os pets são gerais, aparecendo até a palavra mamíferos para se referir a cães. É uma palavra bastante genérica e estranha, entretanto aceitável, para se referir apenas aos cães, anteriormente também referidos apenas como “cachorros”. Cada nomeação aparece apenas uma vez durante o texto. Há uma preocupação em descrever as condições em que os animais foram encontrados, apelando para a comoção do público leitor. Apenas um dos verbos de destaque estão relacionados aos animais – “dois cachorros que eram tratados com crueldade”. Apesar de ser de denúncia, de estar voltada para a crueldade que esses animais sofreram, isso não fica evidenciado na chamada da matéria, estando uma outra informação secundária em destaque. Por causa disso, além do critério de morte, também identificamos o de notoriedade pelas pessoas envolvidas na ação serem públicas – uma vereadora. Nesta matéria, tampouco identificamos fatores suficientes que justifiquem afirmar que existe uma tentativa de aproximação entre pets e pessoa.

A matéria de denúncia já evidencia o seu conteúdo ainda na chamada, “*Denúncia: internauta fotografa cachorros envenenados em São Cristóvão*”, sendo a palavra “denúncia” a de destaque no título. O texto é o típico jornalístico de imparcialidade, sem

adjetivações ou referências a qualquer dos envolvidos fazendo julgamentos morais ou não. Fica evidenciado apenas uma tendência a vitimização dos animais no caso na fala do entrevistado, quando ele se refere aos pets adjetivando-os enquanto “muito dóceis”, referindo-se a eles com nome próprio - Nina, por três vezes, e os colocando numa posição de interação inclusive com as pessoas “brincavam com as crianças e adultos”. A representação dos animais dominante nesta matéria é a que se destaca no discurso direto, em que os cães não chegam a ser humanizados, fazendo ou sentindo coisas que comumente são relacionados aos seres humanos, mas são colocados na posição de vítima da situação. Portanto, há também uma personificação do pet representado no discurso do entrevistado. Como o discurso direto compõe mais de 60% das informações colocadas na notícia, acredito que pode-se inferir sim que existe uma tentativa de aproximação dos pets e do público leitor feita pelo site.

A matéria *“Cão é encontrado amarrado e com pênis dilacerado; equipe faz resgate”* é de denúncia uma vez que o enfoque principal da matéria é o resgate de um animal em situação de crueldade, mas é também uma cobertura de uma ação política da equipe da vereadora Ana Rita Tavares, mas isso é colocado em segundo plano, sendo preponderante a denúncia de maus tratos ao animal. Existe uma ênfase no texto jornalístico em caracterizar as condições lastimáveis em que se encontrava o animal, dando detalhes do lugar em que ele estava e das condições de saúde que apresentava. Não há uma intenção de humanização do cachorro, e as referências feitas a ele são as comumente usadas em qualquer texto jornalístico, sendo palavras como cachorro e animal utilizadas por sete vezes durante o texto. Portanto não identificamos aqui uma tentativa de aproximação dos pets com as pessoas.

“Cachorro é baleado em Itapetinga, na BA, e polícia investiga autor do crime” é uma matéria de denúncia de maus tratos a um cachorro que é encerrada com um artigo que define a pena para pessoas que maltrataram os animais. São usadas palavras comuns para se referir ao cachorro em questão, como cachorro e animal, repetidos quatro e cinco vezes, respectivamente, e todos os verbos relacionados a ele o colocam enquanto sujeito passivo, que sofreu a ação. Não existe uma intenção de humanizá-lo, uma vez que não há referências a ele por nome próprio ou verbos de ação relacionados a ele, mas há uma preocupação com seu bem-estar, um acompanhamento da sua saúde após a ocorrência. Entretanto, não foram identificados fatores que sustentassem uma aproximação na representação dos pets com as pessoas.

“Cadela gestante é resgatada após ficar presa em buraco no Cabula” se trata de uma matéria de denúncia, uma vez que o animal foi resgatado de uma situação de maus tratos e perigo de vida, mas chama a atenção também o fato de ser destacada ainda no título e subtítulo a condição de “gestante” da cadela. Se referir a cadela enquanto gestante, uma palavra normalmente ligada às mulheres, seria uma forma de humanizar, personificar o animal. No texto, há também referências às condições em que a cadela se encontrava, “sem água e sem comida por dois dias”, dando ênfase na posição de vítima do animal. Por considerar que existe uma personalização do pet, acreditamos que existe uma tentativa de aproximar a representação do pet das pessoas.

“Cachorro é baleado enquanto passeava com o dono em Itapetinga” se trata de uma matéria de denúncia, em que o animal é a principal e única vítima do atentado à bala, o que é pouco comum. Entretanto, não há um encaminhamento na matéria sobre o estado de saúde do pet, não havendo, portanto, uma humanização do mesmo. Os verbos relacionados ao animal e as palavras usadas para se referir a ele são as usuais, como “o cachorro foi baleado”, que aparecem com esta co-ocorrência por três vezes durante o texto. Não identificamos fatores que sustentem uma aproximação entre pets e pessoas nesta notícia.

Na matéria *“Shitzu levado por desconhecidos em rua é devolvido aos donos na Bahia”* o animal é colocado numa posição de risco, e por mais que não existam referências ao bicho por nome próprio, a ele são atribuídos verbos de ação, comumente atribuídos a pessoas, como “tentava retornar”, “se perdeu”, “estava perdido no meio da rua”, entre outros. Além disso, ao se referir ao cachorro pela raça ainda no título da matéria, a notícia convoca um tipo de público específico: o que possui essa raça ou que se interessa por cães de raça e querem saber como um cachorro de raça se perdeu e foi encontrado. Portanto, por contarem com verbos de ação ligados ao animal, acredito que haja uma personificação do mesmo, existindo aqui uma tentativa de aproximar pessoas e pets.

- a) **Pet em segundo plano:** Foram encontradas seis notícias construídas com esse tipo de enquadramento, cuja principal característica é trazer a morte do pet como informação de destaque nos títulos e subtítulos das notícias, mas não tratá-lo enquanto vítima principal no texto. Foram encontradas seis notícias que foram

construídas com este tipo de enquadramento. Podemos concluir que o que faz com que o pet seja mencionado ainda nos títulos é o critério de noticiabilidade da morte, pois o cachorro, único pet que apareceu nesse tipo de enquadramento, é a única vítima fatal ou está entre as vítimas fatais. Outra característica deste tipo de enquadramento é que as ações principais de maus tratos não são direcionadas diretamente ao cachorro – nestas notícias, o dono do animal era o foco principal da agressão que acabou resvalando no cachorro. Portanto, os principais critérios de noticiabilidade encontrados aqui são a morte, como já foi dito, o de conflito entre duas pessoas, que é o que geralmente causa a morte da pessoa e/ou do pet, e o de notoriedade, devido a presença de uma notícia que traz o vereador Marcell Moraes como um dos protagonistas de um conflito por causa de cães.

Como foi dito, aparecem referências aos pets apenas nos títulos das notícias, isso ocorrendo apenas duas vezes em cada site de notícia. Se faz uso apenas de uma palavra para nomear o pet: cachorro, em todas as vezes. Não há qualquer referência aos animais ainda no lead da notícia. Em todas as matérias do iBahia e do G1BA, o animal só é citado enquanto vítima fatal no final do segundo ou terceiro parágrafo.

Existem apenas dois verbos ligados ao pet que se repetem: “é morto” e “é baleado”, ou seja, os cães aparecem enquanto sujeitos passivos em todos os casos. Não foi encontrada nenhuma adjetivação referente aos pets nos títulos, subtítulos ou leads. Entretanto, é nos discursos diretos de uma única matéria do Bahia Notícias que há a maior incidência de ocorrências das nomeações dos pets: a palavra animal(is) aparecem dez vezes em todo o texto. Em nenhuma matéria com este tipo de enquadramento construído, foram encontradas evidências que sugiram uma tentativa de aproximação entre pessoas e pets.

Quadro 4- Denúncia: Pet em segundo plano

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
DENÚNCIA: PET VÍTIMA SECUNDÁRIA					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	2	2	4	100%
	APROX	-	-	-	-
TOTAL		2	2	4	8
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	-	-	-
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	2	2	-	100%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		2	2	-	4
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	-	-	-
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL		-	-	-	-

DISCURSO DIRETO					
DENÚNCIA: PET VÍTIMA SECUNDÁRIA					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	-	8	100%
	APROX	-	-	-	-
TOTAL		-	-	8	8
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	-	2	66,6%
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	-	1	33,3%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	-	3	3
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	-	1	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL		-	-	1	1

Na notícia “*Casal e cachorro são mortos a tiros dentro de casa*”, após a chamada da matéria, só se volta a fazer referência ao animal na última linha do segundo parágrafo. Quando existe uma referência à morte do cachorro, existe uma referência à raça do animal, um pitbull, famoso pelo temperamento agressivo.

Novamente na notícia “*Casal de jovens e cachorro são mortos a tiros em Itabuna, sul da BA*”, existe referência ao cachorro pela sua raça, a pitbull, apenas no terceiro parágrafo da notícia e depois não se fala mais do animal.

A notícia “*Vereador ‘solta os cachorros’ em condomínio que proibiu circulação de animais*”, apesar de não se tratar de um tipo de matéria de denúncia mais comumente vista, nela há uma situação em que os envolvidos reclamam da proibição de circulação de animais em áreas comuns de um determinado condomínio. É denúncia porque expõe o animal a uma situação de restrição de espaço, de bem-estar, etc, mas aqui há sobretudo um enfoque na relação das pessoas com os animais, com o entendimento das mesmas sobre até onde podem ir as medidas para garantir o bem-estar de um pet, convivendo socialmente com outras pessoas. Como foi sinalizado anteriormente, o critério de noticiabilidade preponderante é o de conflito, uma vez que existe divergência e o de notoriedade, pois se trata de uma pessoa pública envolvida no caso.

A notícia “*Homem é baleado e cachorro é morto no bairro do Candéal*” também é uma matéria representativa deste tipo de enquadramento. Segue a todos os aspectos identificados: a morte do cachorro é evidenciada no título, mas só a menção a ele novamente no final do segundo parágrafo da notícia.

O animal aqui é colocado como motivo para uma briga entre duas pessoas, o que fica evidenciado logo no título da matéria, em que não há nenhum verbo relacionado ao pet: “*Homem é baleado durante discussão por causa de cachorro em Brotas*”. Nesta notícia, o cachorro não chega nem a ser uma das vítimas da agressão, mas é posto em destaque por ser o motivo da desavença. Por isso identificamos aqui também o critério de conflituosidade.

Em “*Homem é baleado e cachorro é morto a tiros por adolescente, diz polícia*”, as principais características que definem este enquadramento também são facilmente identificadas. Após o título, apenas o último período do texto volta a fazer referência ao cachorro: “O cão morreu no local”.

3.2.2 – Serviço

As matérias de serviço também aparecem em grande quantidade entre os três sites noticiosos escolhidos. No iBahia, o enquadramento de serviço aparece 41,17% das vezes e no G1 Bahia 15,38%. No Bahia Notícias não foram encontradas matérias que se encaixassem nesse tipo de enquadramento. Dentro deste enquadramento, foram encontrados dois tipos: o de serviço público e o de mercado pet.

- a) **Serviço público:** Foram encontradas quatro notícias construídas com o enquadramento que chamamos de “serviço público”. O conteúdo deste tipo de matéria tem como principal critério de noticiabilidade o interesse público, ou seja, o que o veículo considera que o público deve saber; a amplitude, por considerar que o evento atinge uma grande quantidade de pessoas, e o de exemplicidade, quando o evento serve como modelo do que é certo fazer do ponto de vista moral ou racional. Matérias de campanha de vacinação dos pets são o conteúdo recorrente deste enquadramento. O lead, neste tipo de enquadramento, aparece completo, respondendo à todas as questões, e ainda nas primeiras sentenças do texto.

As palavras chave “cães” e “gatos” são as que aparecem com mais frequência (cães aparecem nove vezes, gatos aparecem quatro e animais, uma palavra mais geral, apenas duas vezes). Quando existem verbos relacionados aos pets, eles aparecem enquanto sujeitos passivos, como “cães podem ser imunizados” e “cães podem ser vacinados”.

A única adjetivação existente aparece em uma notícia do G1BA, quando há uma qualificação dos cães enquanto “comunitários”. Outra característica desse tipo de enquadramento é a inexistência de discurso direto nos textos.

Por esses motivos não encontramos fatores suficientes para que possamos afirmar que este tipo de enquadramento sustenta a aproximação da representação dos pets com os relacionamentos humanos.

Quadro 5 – Serviço: Serviço Público

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
SERVIÇO PÚBLICO					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	6	9	-	88,2%
	APROX	2	-	-	11,7%
TOTAL		8	9	-	17
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	2	-	-	40%
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	3	-	60%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		2	3	-	5
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	1	-	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL		-	1	-	1

Como já foi apontado na introdução deste tipo de enquadramento, a *notícia* “*Monte Gordo terá vacinação de cães no dia 27 de abril*”, se de uma matéria de serviço bastante direta quanto a atender as demandas de um lead, informando os aspectos mais funcionais

da notícia. Então, apesar de ser uma matéria voltada para os donos de cães, não há uma tentativa de aproximação dos animais com os donos ou com o público leitor, tampouco há dicas sobre o bem-estar do animal.

A notícia *“Primeira etapa da vacinação contra raiva termina neste sábado (21)”* também atende às características que foram colocadas como principais deste tipo de enquadramento. O único verbo que está relacionado aos pets é “imunizar”, sendo os pets os sujeitos passivos dessa ação. Não há uma de aproximação dos animais com as pessoas aqui.

“Cães podem ser vacinados de forma gratuita na Lagoa do Abaeté, na Bahia” é uma matéria típica de serviço, que também contém as características listadas como próprias deste tipo de enquadramento.

Na matéria *“Campanha vacina cães e gatos contra a raiva em Salvador”*, diferentemente das vistas até aqui, há dicas para o público de lugares para onde se levar os cães e gatos para vacinar, caracterizando ainda mais uma notícia de serviço.

- b) **Serviço enquanto Mercado Pet:** Foi identificada uma quantidade maior de notícias com esse tipo de enquadramento do que às do tipo serviço público – sete notícias com características do que intitulamos “mercado pet”, contra as quatro notícias de “serviço público”. Assim como o enquadramento anterior, também não foram encontrados exemplares deste enquadramento no site Bahia Notícias, o que se justifica quando pensamos na linha editorial do mesmo.

O tipo de enquadramento Mercado Pet pressupõe um tipo bastante específico de leitor – os que possuem pets e estão interessados em fatos, eventos e produtos vinculados a eles. Ou seja, aqui existe um interesse do público. Os principais valores notícias identificados aqui são o de personalização dos pets e dramatização, uma vez que muitas notícias sequer tem um lead bem constituído, apelando para formas narrativas de estruturar a notícia: uma história que segue ordem cronológica com início, meio e fim.

Neste tipo de enquadramento foi percebido o uso de uma linguagem mais específica para nomear os pets. Aqui, as palavras chave que indicam uma aproximação aparecem pela primeira vez em quantidade maior, ainda que a diferença seja bastante pequena: palavras-chave para nomear os pets indicando uma aproximação entre as pessoas e os animais apareceram 19 vezes – um número consideravelmente além dos que já tinham aparecido até então. Já palavras chave para nomear os pets de forma generalizada se repetiram 18 vezes. Foram encontradas palavras chave em co-ocorrência com outras que sugerem correspondência com relações humanas, como por exemplo: “A cadela Vick foi resgatada (...) a pequena vira-lata (...)”, “Bicho é filho”, entre outros.

Foram identificados neste tipo de enquadramento adjetivações aos pets feitas ainda no título e no lead da notícia, mas é nos discursos diretos onde se encontra uma recorrência numérica maior disso: três vezes no universo de sete notícias. Percebemos que apesar de haver formas particulares de nomear os pets, e de teoricamente este tipo de enquadramento e público permitir a existência de adjetivos, o texto jornalístico evita coloca-los em destaque, como em títulos e leads. Existem 18 verbos relacionados aos pets, e todos eles são de ação, colocando-os enquanto sujeitos-agente dos verbos. O número expressivo de co-ocorrência de palavras chave que indicam uma aproximação, com verbos em que o pet é sujeito agente, aparece nos discursos diretos.

Portanto, por todos esses fatores, todas as notícias encontradas com este tipo de enquadramentos foram consideradas como representativas da aproximação na relação entre pets e pessoas.

Quadro 6 – Serviço: Mercado Pet

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
MERCADO PET					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	9	7	-	48,4%

	APROX	14	3	-	51,5%
TOTAL		23	10	-	33
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	2	-	-	16,6%
	APROX + SUJ. AG.	3	-	-	25%
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	1	-	8,3%
	APROX + SUJ. PAS.	5	1	-	50%
TOTAL		10	2	-	12
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	1	-	50%
	APROX + ADJ	1	-	-	50%
TOTAL		1	1	-	2

DISCURSO DIRETO					
MERCADO PET					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	2	7	-	75%
	APROX	2	1	-	25%
TOTAL		4	8	-	12

VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	8	-	57,1%
	APROX + SUJ. AG.	4	1	-	35,7%
	GERAIS + SUJ. PAS.	1	-	-	7,1%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		5	9	-	14
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	1	3	-	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL		1	3	-	4

“*Entre no clima da folia com seu melhor amigo*” trata-se de uma matéria de serviço voltada para o mercado pet, e como foi dito na introdução desta tipificação de enquadramentos, demonstra uma linguagem diferenciada para nomear os pets ainda no título. Logo no início do texto, o tipo de público a que essa matéria se destina fica evidenciado: “Para os amantes de animais”. Pode-se dizer também que é uma matéria que se assemelha muito a uma publicidade, uma vez que indica apenas uma loja específica que fornecerá este serviço, incluindo-se aí os preços cobrados por isso. Os verbos associados às palavras chave vêm no infinitivo, seguidos de algum tipo de dica ou sugestão do que se pode fazer com o animal de estimação, com foco em cães: “As roupas são super confortável, o que garante ao cachorro conforto na hora da diversão”, por exemplo. Verbos como “poupar seu cachorro” e “garante ao cachorro conforto” em que

o animal é o principal agente afetado pelos verbos, também endossam a ênfase do cachorro enquanto sujeito principal da notícia.

A matéria *“TOP 10: veja as melhores raças de cães para criar em apartamento”* traz dicas de como cuidar do cachorro (eles são o pet que está em foco nesta matéria), mas ele intenciona sobretudo apresentar ao público leitor, que provavelmente e majoritariamente mora em apartamentos ou espaços pequenos, raças de cães de pequeno porte e que “se adaptem” ao espaço reduzido. Os verbos, em sua maioria, estão no infinitivo e associados a dicas e sugestões de qual tipo de animal ter e quais cuidados deve-se ter com ele. A matéria tem como fonte uma veterinária que faz um “top 10” desses animais. Assim, por se tratar de uma matéria direcionada a pessoas com afinidades com cães, a escolha de palavras para se referir aos mesmos como “cãozinho de estimação” e “futuro melhor amigo” se torna justificada.

A matéria *“Animais de estimação podem passear no Aquarius”* é direcionada a um público específico, os moradores do bairro Aquarius. Entretanto, não limita os leitores a apenas esta localidade, uma vez que é direcionada a todos os donos de cães que passeiam com seus animais, uma vez que já começa o texto se referindo a eles: “Quem cria animal de estimação, principalmente em apartamentos, sabe o quanto é importante passear com o seu pet regularmente”. Além disso, eles dão uma ideia de que o cachorro é um membro da família, quando caracteriza o animal enquanto “cachorrinho da família” e que o dono “mata a saudade” dele. Aqui há uma preocupação em reafirmar a segurança e o quanto o ambiente citado é familiar, bem frequentado, um lugar em que se pode levar o animal para passear sem problemas.

A notícia *“Salvador passa a contar com a primeira clínica de reabilitação para cães e gatos”* apresenta um tratamento pouco conhecido na área animal, o de fisioterapia para os bichos. A notícia traz uma linguagem notadamente diferenciada dos textos jornalísticos padrão, pois sem construir um lead clássico, a cadela Vick protagoniza uma história logo nas primeiras linhas do texto: “Há cerca de um ano, a cadela Vick foi resgatada da rua pela veterinária Taís Marques. Com cinomose, (...), a pequena vira-lata era acometida por muitas dores musculares, não andava, não ficava de pé e pouco permitia que as pessoas tocassem nela. “Chegamos a usar acupuntura, mas descobrimos que havia uma outra possibilidade de tratar Vick que consistia em submetê-la a sessões de fisioterapia”, completa Taís. Hoje, a família comemora os progressos da cadelinha”. Ou

seja, como foi definido anteriormente como característica deste tipo de enquadramento, as referências aos pets são feitas através do uso de nomes próprios, além de se referir aos donos enquanto “mãe de Vick”, por exemplo, fazendo referência aí a uma relação humana (de pais e filhos); além disso, atribui aos pets ações que geralmente são atribuídas às pessoas, como “a cadela recuperou a alegria de viver”, entre outros exemplos. Essas impressões estão nos discursos diretos dos entrevistados e também no texto do jornalista. Há uma personificação marcante dos animais nesse texto, o que é socialmente aceitável, uma vez que pode-se pensar que esse tipo de matéria tem um público específico – o que paga R\$ 120/hora por um tratamento em seu pet, e que provavelmente a relação entre animal e dono perpassa a relação convencional de pet de estimação.

Esta matéria é de serviço, cuja chamada é “*Veja como fazer para ‘adotar’ ou doar um animal em Salvador*” foge pouco da estrutura do lead, não acrescentando muitas informações além das principais. Não existem adjetivos ou verbos ligados diretamente aos animais. Acreditamos que essa nota especificamente está mal escrita, uma vez que apresenta ideias contrárias: “Pessoas interessadas em fazer doações de animais para outras pessoas cuidarem podem entrar em contato com a Associação Brasileira Protetora dos Animais (...) O abrigo, que vive de doações, não tem espaço para receber mais animais.” – como pessoas podem doar animais para o abrigo, como é afirmado ainda nas primeiras linhas, se o mesmo não recebe mais animais por estar superlotados – informação contida na última linha?

“*No mês das crianças, feira de adoção de animais será realizada em Salvador*” é uma matéria de serviço visando a proximidade do dia das crianças e voltado para um público que provavelmente pretende adquirir um animal de estimação. Portanto, o texto se vale de diminutivos para se referir aos pets com carinho, mas a eles não são relacionados nenhum verbo em que eles são os sujeitos agentes, como é possível ver em: “O evento ocorre no piso L1, do Shopping Salvador e a parceria com a Planeta Animal vai garantir que os bichinhos já saiam vacinados (...)”. Ao contrário, os verbos põem os animais em situação de passividade em relação às pessoas, uma vez que os cães e gatos ficarão em exposição.

Esta matéria “*Uso de protetor solar para animais ganha força com a chegada do verão*” também se encaixa no enquadramento de Mercado Pet pois o foco é na recomendação de produtos para a saúde do pet. Assim como no caso da matéria em que a cachorra Vick era destaque, esta notícia começa da mesma forma: deixa de lado o lead

tradicional e cria uma história em cima dos hábitos da cadela Lila: “Aos dois anos de idade, Lila começou a apresentar pequenas feridas sempre que ia para a rua e ficava exposta ao sol. Após recomendação de especialista, ela passou a usar protetor solar e resolveu de vez o problema. Hoje, aos cinco anos, leva uma vida normal. Lila, cujo "sobrenome" é Pipoca, é uma cachorrinha da raça Maltez que vem se beneficiando do uso cada vez mais popular do protetor solar para cães e gatos”. Nomear a cadela pelo nome próprio, com direito até a sobrenome, além de atribuir a ela verbos e costumes que são normalmente atribuídos a seres humanos, como “passou a usar” e “leva uma vida normal”, parece uma estratégia da escrita do jornalista em tentar aproximar a imagem da cachorra a de um ser humano, inclusive porque apenas fica claro que Lila é um cachorro ao final do parágrafo. Há sim uma tentativa nítida de humanizar os cães, personaliza-los.

3.2.3 – Entretenimento

O enquadramento de entretenimento, como já explicitado no início do capítulo, não é muito frequente nos três sites de notícia, uma vez que aparecem apenas 17 vezes num universo de 65 matérias (26,15%). Entretanto, é o enquadramento de maior destaque no G1 Bahia, sendo recorrente 50% das vezes, contra 9,09% do Bahia Notícias e 11,76% no iBahia. Acreditamos que esse número tão expressivo de ocorrências de entretenimento no G1 Bahia esteja ligado à sua relação com a TV, onde o insólito é notícia cada vez mais recorrente entre as pautas escolhidas, pois, considerando-se o tempo diminuto para as notícias na TV aberta, notícias comprimidas e que chamem bastante a atenção por fugir da rotina são ascendidas a pauta pelos telejornais, uma vez também eu existe um público cada vez mais interessado em consumir notícias cada vez mais condensadas. Dentro deste enquadramento maior, foram identificados dois tipos: o de personificação e o inusitado.

- a) **Personificação:** Foram encontradas cinco matérias construídas de forma que a interpretamos enquanto de Personificação. Tem como critério de noticiabilidade dominante a personalização dos pets – conceito este adaptado e já explicado anteriormente, conferindo a eles um caráter mais “humano”. Este tipo de critério é identificado quando as nomeações e os verbos relacionados aos pets conferem a eles similaridade com o comportamento de seres humanos. Está também presente o critério de dramatização, uma vez que muitas notícias são levadas de forma narrativa, com início, meio e fim. Muito curiosamente, este tipo de enquadramento apenas foi encontrado no site G1BA.

A recorrência da nomeação dada aos animais nos títulos e subtítulos das matérias do G1BA aparece de forma similar: foram 13 o número de vezes em que foram utilizadas nomeações gerais e também aproximativas para se referir aos pets. Mas, o que mais chama a atenção neste tipo de enquadramento é a recorrência dos verbos que colocam os animais enquanto sujeitos agentes de suas próprias ações, ou seja, os pets são os sujeitos agentes dos verbos principais das orações. São 14 verbos de ação ligados aos pets nos títulos e subtítulos de Personificação das matérias do G1BA. Dentro destes 14 verbos, 9 aparecem em co-ocorrência com palavras-chave de nomeação que indicam uma aproximação do pet com o comportamento humano, como os diminutivos e nomes próprios.

Esta nomeação de aproximação em co-ocorrência com verbos de ação se apresenta em maior número nos títulos, subtítulos e leads do que nos discursos diretos, o que foge um pouco ao que já vimos até aqui. Isso pode indicar que o jornalista jpa orienta a escrita de uma notícia sob este enquadramento de forma diferenciada, não se atendo aos padrões clássicos da escrita jornalística. Há ainda referências a eles enquanto “filhos”, estabelecendo um parentesco familiar com os pets – relação essa comumente usada entre pessoas.

Quadro 7- Entretenimento: Personificação

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
PERSONIFICAÇÃO					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	13	-	50%
	APROX	-	13	-	50%
TOTAL		-	26	-	26
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	5	-	33,3%

	APROX + SUI. AG.	-	9	-	60%
	GERAIS + SUI. PAS.	-	1	-	6,6%
	APROX + SUI. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	15	-	15
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	4	-	80%
	APROX + ADJ	-	1	-	20%
TOTAL	-	-	5	-	5

DISCURSO DIRETO					
PERSONIFICAÇÃO					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	5	-	55,5%
	APROX	-	4	-	44,4%
TOTAL		-	9	-	9
VERBO	GERAIS + SUI. AG.	-	-	-	-
	APROX + SUI. AG.	-	7	-	87,5%

	GERAIS + SUJ. PAS.	-	-	-	-
	APROX + SUJ. PAS.	-	1	-	12,5%
TOTAL		-	8	-	8
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	1	-	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL		-	1	-	1

A matéria “*Moradores arrecadam doações para cão ter cirurgia e voltar a andar na BA*” é caracterizada enquanto de personificação pois há uma tentativa do veículo em humanizar as atitudes do animal e convoca uma comoção no público leitor, uma vez que descreve o cachorro associando-o a sentimentos e ações que normalmente são atribuídos a pessoas, como “Amarelinho não perdeu o jeito curioso de ser” e “ao ser fotografado, mostrou curiosidade”. Ainda que a quantidade de vezes em que a nomeação aparece enquanto geral e de aproximação seja igual (há referências ao pet enquanto “Amarelinho” e “cão” por 4 vezes), como já foi dito anteriormente, são os verbos associados às palavras-chave que o definem enquanto de Personificação. Além disso, ainda no subtítulo da notícia, há uma referência ao animal pelo seu nome próprio: “Amarelinho vive há mais de 3 anos em uma rua na Liberdade, em Salvador”.

Fica evidenciado o enquadramento de Personificação na matéria “*Cadela pratica esporte no mar junto com seu dono em Salvador*” desde a chamada: um pet que pratica esporte, atividade normalmente atribuída às pessoas. A cadela é a personagem principal da notícia, uma vez que os principais verbos são atribuídos a ela, e são também verbos de ação, como “Cadela pratica esporte”, “ela começou a fazer stand up e surfar”. Além disso, a cadela recebe adjetivações: “Animal é popular no Porto da Barra”, “A cadelinha Bela

Belíssima é figura ilustre no bairro da Barra (...), “animal aventureiro” e que possui “muitos fãs”. Além de adjetiva-la, a matéria se refere a ela pelo nome próprio do animal, que inclusive é composto, existe também a presença dos discursos diretos atribuírem verbos de ação a cadela.

“*Cadela de rua dá a luz dezoito filhotes no sudoeste da Bahia*” se enquadra enquanto personificação pois atribui a cadela um ato comumente relacionado para se referir às pessoas – “Uma cadela de rua deu à luz a dezoito filhotes”, quando poderia ter sido usado “pariu”, por exemplo, mais comumente usado para se referir a animais. No final, existe uma referência a cadela enquanto “mãe”, associada ao uso de cachorrinhos, palavra no diminutivo para se referir aos animais - “A mãe e os cachorrinhos passam bem”.

Essa é uma matéria que chama a atenção pela personificação do animal logo na chamada da matéria: “*De óculos escuros, cachorro surfa com dono em praia na Bahia*”. Similar a outra notícia vista anteriormente, aqui há uma intenção clara de personificar o bicho, uma vez que se referem a ele pelo nome próprio além de relacioná-lo a verbos de ação, comumente atribuídos apenas a seres humanos: “Bóris, da raça *American Staffordshire*, muito confundida com pit bull, também sobe na prancha e surfa nas águas calmas da Baía do Pontal”, “Aí eu decidi pôr [os óculos escuros], coloquei e, para nossa surpresa, ele adorou. A partir desse dia, ele quer colocar os óculos”. Há na matéria um enfoque na relação bastante próxima entre o dono do animal e o cachorro, evidenciado pelas falas do entrevistado.

Em “*Animais participam de ‘cão-secreto’ de Natal em Salvador*”, há uma tentativa de humanização do animal, não apenas pelo conteúdo da matéria, já que os cães estão participando de uma festa que é humana, mas também porque o lead clássico é substituído pela historinha dos cães participantes deste amigo secreto. “Argus ainda não sabe, mas no dia 21 ele irá participar de uma confraternização diferente em Salvador. Junto com Peter, Jolie, Emmy e quem mais resolver aparecer, eles farão parte de um “cão-secreto”, espécie de amigo-secreto para animais, com direito a presentes, comidas e tudo mais”. São usados na nomeação palavras como os nomes próprios e “filho pet”, e “mãe da cadela”, fazendo alusão a relação humana de família. Os verbos atribuídos aos animais também são comumente usados nas relações humanas como “se conhecer melhor”, “ainda não sabe”, etc. Portanto, visando também o público que tem o interesse de ler esse tipo de matéria, existe uma intenção de humanizar os animais – e que fica clara em uma das falas do entrevistado: “Hoje os

bichos não são mais bichos, são filhos pet, como costume dizer, e devem ser tratados dessa forma”.

- b) **Inusitado:** Foram encontradas 12 matérias que são construídas com este tipo de enquadramento. Apesar de estar em maior quantidade no G1 BA (5), que está vinculado à televisão, cujo texto deve ser curto, os textos encontrados aqui são os com maior quantidade de palavras entre todos, numa média de 600 palavras por cada notícia. Tem como principal critério de noticiabilidade o inusitado, a personificação dos pets em alguns casos e a dramatização. Como o critério dominante deste tipo de enquadramento é o inusitado e está presente em todas as notícias construídas com esse enquadramento, achamos por bem nomear este enquadramento da mesma forma que o critério de noticiabilidade.

Nota-se que são poucas as nomeações feitas com caráter de aproximação – aparecem apenas quatro vezes, enquanto as palavras-chave consideradas gerais aparecem 31 vezes só nos títulos, subtítulos e leads. Por ter um texto com maior quantidade de caracteres, o G1 é o site que apresenta a maior quantidade de recorrência nas nomeações gerais, dezoito vezes.

As adjetivações acontecem apenas nos discursos diretos, como “abençoada” e “feliz”, palavras geralmente vinculadas às pessoas. Entretanto, foram identificados 28 verbos relacionados aos pets nos títulos, subtítulos e leads, e todos os colocam enquanto sujeito passivo nas principais ações do texto. Desta forma, por todos estes fatores apresentados, consideramos que nenhuma das notícias encontradas com este tipo de enquadramentos foram consideradas como representativas da aproximação na relação entre pets e pessoas.

Quadro 8- Entretenimento: inusitado

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
INUSITADO					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	8	18	5	88,5%

	APROX	-	4	-	11,4%
TOTAL		8	22	5	35
VERBO	GERAIS + SUI. AG.	5	4	4	35,1%
	APROX + SUI. AG.	-	1	-	2,7%
	GERAIS + SUI. PAS.	-	20	-	54%
	APROX + SUI. PAS.	-	3	-	8,1%
TOTAL		5	28	4	37
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	1	-	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL		-	1	-	1

DISCURSO DIRETO					
INUSITADO					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	23	-	92%
	APROX	2	-	-	8%
TOTAL		2	23	-	25

VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	4	-	44,4%
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	5	-	55,5%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	9	-	9
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	4	-	57,1%
	APROX + ADJ	3	-	-	42,8%
TOTAL		3	4	-	7

“Cão ‘ganha’ cadeira de rodas após perder o movimento de duas patas” foi considerada enquanto enquadramento de inusitado, uma vez que expõe um fato pouco comum. Neste caso, um cachorro que anda de cadeira de rodas. Há uma incidência maior de palavras para se referir ao animal que o aproximam do dono e do público leitor, como chama-lo pelo próprio nome, que aparece duas vezes, e chama-lo pelo diminutivo cachorrinho, por três vezes. Além disso, há uma referência ao pet pelo seu nome próprio ainda no subtítulo da notícia, “Dentadura foi atropelado por um carro e passou a andar se arrastando”. Os verbos estão associados às palavras chave principalmente para descrever as condições físicas do animal, como “o cachorro passou a andar arrastando”. Neste caso, consideramos que existe o critério de personalização do pet.

Os textos do Bahia Notícias se assemelham a notas e são consideravelmente menores do que os já vistos até então neste enquadramento. No caso desta matéria,

“Cachorros ‘inauguram’ o gramado da Arena Fonte Nova”, se trata de uma nota bastante breve, com quatro linhas, formado basicamente pelo lead. Não há uma caracterização específica sobre os animais, mas eles são os sujeitos agentes de todos os verbos relacionados a eles, expostos logo na chamada da matéria – “Cachorros ‘inauguram’ o gramado”, assim como verbos comumente atribuídos a ações humanas, como “ato foi protagonizado por dois cachorros que estream”.

Na notícia *“Cão é apreendido no Aeroporto de Salvador após chegar da Holanda”* provavelmente virou notícia por se tratar de algo pouco comum, um cachorro ficar retido no aeroporto por falta de documentação. Ainda que apenas tendo se referido ao animal por palavras usuais, como animal, cão e cachorro, tendo essas nomeações aparecido num total de 14 vezes, existe um acompanhamento do texto jornalístico sobre as condições em que o cão está sendo mantido enquanto não se resolve o impasse apresentado pela matéria. Pode-se inferir isso a partir da última sentença da notícia: “Até às 16h30, o cão permanecia no aeroporto”. Não há uma tentativa de humanizar o cão, ou de aproximá-lo numa relação com as pessoas, mas há por duas vezes um resgate da ideia de que o cachorro é o maior prejudicado nessa confusão, uma vez que ele espera pela resolução no setor de cargas do aeroporto.

A matéria *“Após ser detido em aeroporto, cão que veio da Holanda é liberado na BA”* é um acompanhamento do fato noticiado anteriormente. Aqui identificamos, diferentemente da matéria anterior, uma tentativa de humanização do cachorro no texto e no discurso da entrevistada, uma vez que ambos o tratam pelo nome próprio, Léo, e atribuem a ele estados, como felicidade, e verbos, como “ficou detido” – ambas condições normalmente atribuídas às pessoas: “O cachorro Léo, que foi detido no aeroporto de Salvador após chegar da Holanda, no domingo (25), foi liberado na tarde desta terça-feira.”; “Eu estou muito feliz, e ele também”. Aqui, além do critério dominante de inusitado, identificamos a personificação e a continuidade, uma vez que faz uma cobertura do que aconteceu depois de determinado fato anteriormente noticiado.

O fato vira notícia por ser inusitado, *“Gato nasce com duas cabeças em Lucaia”*, mas se trata apenas de uma nota, não sendo desenvolvido no texto pouco mais do que o lead: “Um filhote de gato nasceu com duas cabeças em Lucaia, distrito do município de Planalto, localizado no Sudoeste da Bahia. Segundo a reportagem da TV Planalto, o

animal morreu três dias após o nascimento”. Para se referir ao animal, são usadas palavras convencionais como “gato”, “filhote de gato” e animal, cada uma apenas uma vez, e a elas são atribuídos verbos estritamente ligados ao fato – nasceu e morreu.

Esta notícia, divulgada pelo iBahia, trata do mesmo fato anterior, “*Gato nasce com duas cabeças no interior do estado*”. Mas, ao contrário do texto publicado pelo BN, neste há mais informações e discurso diretos incluídos no texto. As referências feitas aos animais são as normalmente usadas pelo texto jornalístico, assim como os verbos associados ao pet: gato nasce (aparece por duas vezes).

Outro caso de gato que nasceu com deformidades vira notícia no iBahia: “*Filhote de gato nasce com duas cabeças no interior do estado*”. Há uma humanização do animal apenas no discurso da entrevistada, que usa diminutivos e atribui ao gato adjetivos: “Meu gatinho é a sensação da comunidade, todos querem vê-lo, ele é um bichinho lindo e muito faminto. No texto do jornalista, também há referências ao animal no diminutivo, “gatinho”, mas acontece apenas uma vez, enquanto palavras gerais como felinos e gato aparecem 2 e 4 vezes, respectivamente. Mesmo apresentando diminutivos ao se referir ao pet, tanto no discurso direto quanto no texto, acreditamos que não haja uma caracterização de personalização do pet.

Se trata de uma matéria de cunho inusitado pela situação incomum de um atropelamento em que o animal ficou preso no carro por muitos quilômetros, e foi resgatado com vida dessa situação: “*Cão é resgatado após ser atropelado e ficar preso em carro por 90 km*”. Apesar de se referir apenas ao animal com palavras usuais, como animal, por 10 vezes, cachorro, por 9 vezes e cadela, 6 vezes, e dos verbos ligados ao pet serem todos colocando-o enquanto quem sofre as ações, existe um detalhamento até repetitivo dos fatos na matéria, dando ênfase ao bem estar do animal, com um acompanhamento de todas as etapas do resgate. “De acordo com o corpo de bombeiros, o animal teve uma fratura exposta na perna esquerda dianteira, que foi imobilizada com o apoio da médica veterinária que chegou no local (...) A especialista informou que o animal vai passar por alguns exames antes de ser liberado. O estudante ainda disse ao G1 que a cadela foi batizada de Vitória”. Na última linha é o único momento em que se nomeia o pet pelo nome próprio. Não há nada que comprove uma personificação da cadela, mas com a riqueza de detalhamento dos fatos pode-se inferir que existe uma preocupação em relatar o bem-estar do animal. Assim, aqui identificamos a personalização

do animal, além da dramatização, pois existe uma preocupação em narrar a história com detalhamento que foge do habitual ao jornalismo.

É uma matéria que dá uma continuação na matéria veiculada anteriormente, “*’ Foi abençoada por Deus’, diz médica veterinária sobre cão preso em carro*”. Diferentemente da primeira notícia sobre o fato, já aparece desde o título da matéria uma adjetivação relacionada ao pet, “abençoada”. Mas, novamente, apesar de se referir apenas à cadela com palavras usuais e fazer referência ao seu nome próprio apenas uma vez, existe um detalhamento até repetitivo dos fatos na matéria. A fala da entrevistada não a humaniza, mas cria uma empatia em cima da figura da cadela quando a adjetiva: “Estamos em busca de pessoas interessadas em adotar a cadela, mas, se não conseguirmos, nós vamos adotar, eu e minha família. A cadela foi abençoada por Deus”. Portanto, foram identificados aqui também o critério de dramatização e a continuidade, por se tratar de uma cobertura das consequências de um fato já noticiado anteriormente.

O que torna a matéria “*Dona faz apelo em vídeo para achar cão com problemas cardíacos na BA*” inusitada é o apelo que se tem em vídeo. O vídeo é importante nas matérias do G1BA porque, como vimos no início deste capítulo de análise, as notícias podem derivar das reportagens feitas na TV. Portanto, o vídeo é um fator comum entre as notícias do G1.

A notícia “*’ Associo minha recuperação a Chico’, diz jornalista após adotar cachorro*” traz a amizade inusitada entre uma pessoa e um cachorro, que já na chamada da matéria aparece representado pelo nome próprio. Inclusive, em todo o texto da notícia, a palavra “Chico” foi usada em 13 vezes para se referir ao pet – recorrência consideravelmente maior do que “cachorro”, por exemplo, que apareceu apenas duas vezes durante o texto. Portanto, entendemos que nesta notícia existe uma tentativa de humanizar o cão, ou de aproximá-lo de uma relação com as pessoas.

A quantidade de animais que está em destaque logo na chamada da matéria “*’Faço por fé’, diz mulher que abriga quase 50 animais em casa na Bahia*” é o que faz com que esta seja considerada inusitada. Nesta notícia, em que uma senhora é a responsável por abrigar mais de 50 animais em sua residência, as nomeações para se referirem aos pets são as usuais: a palavra “animal” aparece por 22 vezes, seguido de “cães”, 10 vezes.

3.2.4 – Cobertura Política

Como foi dito anteriormente, o enquadramento de cobertura política apenas foi identificado no site Bahia Notícias, cujo direcionamento é notadamente este. Aproximadamente 77% das notícias que fazem referência à temática animal veiculadas pelo Bahia Notícia são coberturas das ações dos dois vereadores eleitos enquanto defensores da causa animal, Ana Rita Tavares (PROS) e Marcell Moraes (PV), com maior recorrência de notícias ligadas a Marcell Moraes (PV). Dentro de cobertura política, foram identificados dois tipos de enquadramento: enfoque da causa animal e destaque de protetores dos animais.

- a) Enfoque da causa animal:** Foram encontradas 12 notícias que são construídas sob a perspectiva deste enquadramento. O conteúdo delas é de cobertura das ações e projetos de lei, na maior parte das vezes da câmara de vereadores, que visam melhorias para o bem-estar dos animais ou garantir os direitos deles. Os critérios de noticiabilidade identificados como dominantes neste tipo de enquadramento são o de notoriedade, por geralmente envolver pessoas públicas, o de interesse público e o de amplitude.

Nesse tipo de enquadramento, quando há uma referência aos animais nos títulos, a palavra “animal/animais” é a mais recorrente, aparecendo em 70% das matérias encontradas. Apenas no 30% restante é que existe uma referência a espécie, se de cão ou gato ou qualquer outra.

Os animais surgem enquanto sujeitos passivos das ações nos leads, uma vez que eles sofrem as ações exercidas pelas pessoas. O único adjetivo encontrado nos títulos, subtítulos e leads, “abandonado”, apareceu duas vezes na mesma matéria, fazendo referência a como esses animais são pensados e representados pelo campo da política.

Nos discursos diretos, existe uma alta recorrência, 19 vezes, de palavras-chave gerais usadas para fazer referência aos animais, como “Cão”, “cachorros”, “Seres vivos”, “Seres de quatro patas”. Entretanto, todos os seis verbos relacionados às

nomenclaturas dos pets que apareceram no título, subtítulo e lead, os colocam na condição de sujeito passivo.

Por todos esses motivos, não achamos que neste tipo de enquadramento existam indícios que sustentem uma aproximação do pet com o comportamento humano.

Quadro 9- Cobertura política: causa animal em destaque

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
COB. POLÍTICA: DESTAQUE DA CAUSA ANIMAL					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	-	25	89,2%
	APROX	-	-	3	10,7%
TOTAL		-	-	28	28
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	-	-	-
	APROX + SUJ. AG.	-	-	2	40%
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	-	3	60%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	-	5	5

ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	-	2	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL	-	-	2	2	

DISCURSO DIRETO					
COB. POLÍTICA: DESTAQUE DA CAUSA ANIMAL					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	-	19	86,3%
	APROX	-	-	3	13,6%
TOTAL		-	-	22	22
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	-	1	20%
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	-	4	80%
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	-	5	5

ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	-	2	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	2	2

A notícia *“Marcell propõe Frente Parlamentar em Defesa dos Animais, Meio Ambiente e Sustentabilidade”* traz um projeto proposto por um vereador, reconhecidamente em prol da causa animal, que instituiria uma Frente Parlamentar em defesa dos animais. Em todo o texto, há apenas um verbo e um adjetivo relacionados às palavras que fazem menção a cães e gatos: “Poucos sabem, mas uma simples gata na rua reproduz 264 filhotes a cada dois anos”, presente no discurso direto do entrevistado. Há também uma outra adjetivação aos animais, em “100 mil animais abandonados”, também feita por Marcell Moraes. Majoritariamente os verbos principais, de ação, não estão ligados às palavras chaves referentes aos animais.

“Vereador propõe Dia Municipal dos Animais” se trata de uma cobertura política de um projeto proposto por um vereador, reconhecidamente em prol da causa animal, que propõe o Dia Municipal dos Animais. Aqui, a única palavra usada em referência aos pets é “animais”, aparecendo por 7 vezes.

Na matéria *“Vereador quer proibir venda de animais em pet shops”*, os pets tampouco são sujeitos dos verbos, eles aparecem sempre como quem sofre a ação. “Tratados como mercadoria e não seres vivos os animais ficam expostos a maus tratos em um local pequeno e abafado”, por exemplo.

Na matéria *“Sessão na Assembleia Legislativa defende direito dos animais”*, expressões como “defensor da causa animal”, “direitos dos animais” e verbos de ação como “defende”, que se repetem no texto, caracterizam os animais, apesar de muito pouco de forma geral ao referir-se a eles. Nesta notícia, foram usadas as palavras chave animal, por quatro vezes, e seres de quatro patas, uma vez, para nomear os pets. O vocabulário informal para se referir aos animais, como em “seres de quatro patas”, estão presente na

fala do entrevistado, que se intitula defensor dos animais, e deixa transparecer uma intimidade com o tema.

“Câmara passa a contar com Frente Parlamentar em defesa dos animais” traz um projeto que foi aprovado e integrará a Câmara do Legislativo. A matéria apresenta que o projeto foi idealizado pela vereadora Ana Rita Tavares, que atua reconhecidamente em prol da causa animal. Há referências diretas aos animais apenas na fala da entrevistada, a vereadora Ana Rita Tavares (PV), quando ela diz: “Os animais nunca foram contemplados com representação política”, e quando caracteriza a situação pela qual os animais passam como “de desprezo”. Assim, existe no discurso da entrevistada uma preocupação em dar enfoque ao bem estar dos animais e a sua condição de vida, retratando-os de forma frágil, que inspira cuidados.

A notícia *“É aprovada proibição da venda de animais por pet shops”* trata-se de uma cobertura política que noticia a aprovação de um projeto de lei que visa proibir a venda de animais, entre outras coisas, em pet shops. As palavras usadas no texto para se referir aos animais são genéricas e usuais, como “animais”, que aparece por 4 vezes e “bichos de estimação”, que aparece apenas uma vez. Através da fala do autor de projeto, o vereador Marcell Moraes, é que se nota uma ideia positiva ligada a notícia: “Animal não é mercadoria e merece ser respeitado. Tenham certeza que essa é a primeira conquista de muitas que virão da causa animal”. Atribui aos animais uma ideia de “respeito” e de merecimento deste sentimento, aspectos habitualmente atribuídos a pessoas. Aqui também é identificado o critério de continuidade, uma vez que se trata de uma notícia veiculada enquanto gancho de outra.

Esta notícia, *“Proibição de pet shops pode aumentar maus tratos”*, traz informações que discordam da proposta da matéria publicada anteriormente, de um projeto de lei aprovado. Apesar de apresentar a opinião favorável do autor da lei, e de apresentar também uma opinião desfavorável, o texto jornalístico já começa assumindo uma posição quando afirma que a lei abre “um perigoso precedente para que, tanto os maus tratos, quanto as negociações, aconteçam “por debaixo do pano”. Apesar de tratar de uma questão da causa animal, o texto se refere apenas uma vez ao termo “animais”, sendo a palavra pet shop três vezes mais usada por ser o enfoque principal da notícia. Portanto, fica difícil compreender se há realmente uma representação dos animais nesta matéria, ou se há apenas a abordagem da temática animal nela.

Se trata de uma continuidade na cobertura de um fato já noticiado duas outras vezes pelo site: “*Prefeito ACM Neto veta proibição de vendas de animais em pet shops*”. É uma cobertura política em que o tema principal o veto do prefeito sobre uma proposta que visava a proibição de venda de animais em pet shops. As formas de se referir aos pets são as usuais dos textos jornalísticos, em que a nomeação “animais” aparece cinco vezes e é a única referência aos pets. Aqui, além dos critérios já listados como dominantes, existe também o de continuidade, por fazer um gancho com outras já noticiadas.

“*Protetores de animais debatem projetos com ACM Neto e Marcell Moraes*” mostra como é comum no BN, que se trata de uma cobertura das ações políticas do vereador Macell Moraes (PV). É uma cobertura política em que o tema principal é o direito dos animais. As formas de se referir aos pets são as usuais dos textos jornalísticos, como animais, que aparecem por três vezes, bichos, cães e gatos, uma vez cada. Há aqui uma referência a “protetores de animais”, e inclusive a matéria trata de uma proposta para que os protetores recebam um auxílio da prefeitura para continuarem trabalhando. Aqui é possível que “protetores de animais” já seja visto quase como uma ocupação, tanto quanto outras profissões.

A matéria “*Projeto autoriza acesso de animais a estabelecimentos comerciais em Salvador*” traz outra cobertura política das ações de Marcell Moraes, com enfoque nas relações entre pessoas e pets, como sinaliza o texto “Segundo o autor da matéria, a ideia é “estretar a relação dos animais com os homens no ambiente social”. ”. Por ser direcionada, provavelmente, para pessoas com pets e a quem interessam saber os locais públicos que os animais podem frequentar, existe a referência aos animais enquanto bichos de estimação, o que foge do comum já que o BN tem o costume de usar em suas matérias apenas a palavra “animal”. Mas não indica uma humanização dos animais.

Apesar de a notícia “*Animais abandonados durante desocupação da Ladeira da Preguiça são resgatados por ONG*” conter adjetivo e verbo no título que relacionamos anteriormente ao enquadramento de denúncia, os critérios de noticiabilidade identificados na matéria, assim como o fato que é realmente noticiado, permite-nos inferir que se trata de uma matéria de cobertura política, uma vez que as ações da vereadora em prol da causa animal são postas em destaque. Mais uma vez aparece a figura de protetores de animais enquanto profissão, cargo, exercício de atividade de pessoas. Existe aqui uma menção ao bem estar animal e um incentivo à socialização de pessoas com os pets, aproximando-os

nessa relação, a partir do discurso de um dos entrevistados. Entretanto, não há referências aos animais que fujam do comum utilizado pelo jornalismo, sendo usados “animais” e “bichos”, por exemplo, para se referir a eles.

A notícia “*Veículo irá esterilizar cães e gatos em Salvador*” é uma cobertura política de uma ação que visa o controle populacional de cães e gatos da vereadora Ana Rita Tavares. São usadas palavras comuns, como cães, gatos e animais, cada um aparecendo duas vezes durante o texto. Só existe um adjetivo relacionados aos pets nesta matéria: “abandonados”, uma posição de fragilidade, de dependência do ser humano. Não há uma humanização dos bichos, nem mesmo no discurso direto da vereadora.

- b) Destaque de “protetores de animais”:** Foram identificadas cinco notícias que compõem este tipo de enquadramento. Nele, os principais atores dos fatos noticiados são as pessoas que estão envolvidas com a temática animal. Assim, os critérios de noticiabilidade mais comuns são a notoriedade, pois são pessoas públicas, como os vereadores ou instituições a favor da causa animal, quem ficam em destaque nas matérias; e o critério de conflituosidade, sempre fazendo referência às pessoas.

Os pets aparecem enquanto plano de fundo das ações principais. Isso se comprova na quase inexistência de palavras que se refiram aos pets fora dos títulos, subtítulos e leads das notícias. Em todos títulos há referência aos animais, seja com a palavra animal, que aparece 3 vezes, ou com “cachorro”, que aparece 2 vezes. Mas não existem adjetivos ou verbos ligados a eles. Existe apenas uma adjetivação aos pets, que é “abandonados”. Excetuando por uma matéria, em que verbos de ação são associados aos pets nos discursos diretos de um entrevistado, não há ocorrência de verbos ligados às palavras-chave.

Assim, em mais esse tipo de enquadramento, não foram encontrados fatores que sustentem uma aproximação do pet com o comportamento humano.

Quadro 10- Cobertura política: destaque para protetores

TÍTULOS/SUBTÍTULOS/LEADS					
COB. POLÍTICA: PROTETORES EM DESTAQUE					
SITES		iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)
P. CHAVE	GERAIS	-	-	9	100%
	APROX	-	-	-	-
TOTAL		-	-	9	9
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	-	-	-
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	-	-	-
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	-	-	-
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	-	1	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	1	1

DISCURSO DIRETO				
COB. POLÍTICA: PROTETORES EM DESTAQUE				
SITES	iBA	G1 BA	BN	TOTAL (%)

P. CHAVE	GERAIS	-	-	6	100%
	APROX	-	-	-	-
TOTAL		-	-	6	6
VERBO	GERAIS + SUJ. AG.	-	-	1	100%
	APROX + SUJ. AG.	-	-	-	-
	GERAIS + SUJ. PAS.	-	-	-	-
	APROX + SUJ. PAS.	-	-	-	-
TOTAL		-	-	1	1
ADJETIVO	GERAIS + ADJ	-	-	1	100%
	APROX + ADJ	-	-	-	-
TOTAL	-	-	-	1	1

A notícia “*Marcell Moraes critica vereadora que levou cachorro a sessão da Câmara*” se trata de uma cobertura política do dia da posse do novo prefeito de Salvador, ACM Neto (DEM), mas o enfoque não é a posse, e sim a presença de um cachorro na Câmara neste dia, representado através da ironia feita pelo jornalista “Com lugar assegurado, o cão Lobinho (...)”. Como fonte para sustentar a estranheza da presença de um animal na Câmara, o veículo procurou Marcell Moraes, que se elegeu “com o rótulo de protetor dos animais” e que é adversário público da vereadora responsável por levar o animal a Câmara. O entrevistado repete por duas vezes a expressão “protetor de animais”,

sendo seguida por verbos como “reclamou” e “tem que ter cuidado”. Como foi apontado na introdução deste enquadramento, apesar de estarem relacionados a animais, nenhum dos verbos faz referência a eles ou os coloca como sujeito agente, mas sim aos vereadores às pessoas envolvidas na história.

“Associação protetora dos animais diz que Marcell Moraes expõe causa ‘ao ridículo’” é uma cobertura política com foco no protetor de animais pois tem como destaque uma rixa entre personalidades públicas e políticas envolvidas com a causa animal. Mais uma vez, o bem-estar animal ou os efeitos dessas ações sobre os animais não são postas em cheque, mas sim a relação política das pessoas sobre o tema.

A matéria *“Marcell diz que processará associação protetora dos animais e sugere cunho político de críticas”* é uma continuidade na cobertura da rixa política, uma resposta a última veiculada pelo BN, que dá destaque a desavença entre personalidades públicas e políticas envolvidas com a causa animal. “Animais” é a única palavra usada para se referir aos pets aqui e aparece apenas três vezes na matéria: duas vezes no título e lead e outra no discurso direto.

A notícia *“Marcell Moraes vira radialista: ‘Talvez um cachorro vá apresentar comigo’”*, trata da cobertura das ações de uma personalidade política pública, Marcell Moraes, tipo de matéria recorrente no BN. As ações do vereador são o destaque principal da matéria. Há aqui uma referência a “protetores de animais”, indicando que “protetores de animais” já seja visto quase como uma ocupação, tanto quanto outras profissões.

Em *“Marcell quer provas bimestrais, média sete e ensino de Ecologia, Direito e Defesa dos Animais”*, o assunto abordado é outro projeto apresentado pelo vereador Marcell Moraes. Não existe discurso direto nesta matéria e não há mais referência aos pets após o título da matéria.

Com esta separação em oito tipos de enquadramento, notamos, portanto, que ainda que os números não sejam expressivos para confirmar a ideia de aproximação da representação dos pets, fica evidenciado na fala de Rafael Sena, editor chefe do iBahia que foi entrevistado para a composição deste trabalho, de que existe sim um interesse crescente do público de portais noticiosos pela temática de animais de estimação. Segundo ele, pesquisas feitas com a ferramenta do Google Analytics para o site têm identificado a temática pet como tendência nos assuntos de busca da web. Tanto que está

entre as pretensões do editor para o iBahia, firmar uma parceria com um blog específico do assunto e adicioná-lo entre as opções de editorias do portal. Portanto, acreditamos que existe uma correspondência entre as publicações dos sites de notícia e o interesse de um público específico, que está cada vez mais interessado em consumir este tipo de notícia.

Conclusões

Este presente trabalho de conclusão de curso objetivou analisar as notícias com temática pet publicadas pelo G1 Bahia, iBahia e Bahia Notícias, durante o ano de 2013 e identificar quais são os enquadramentos dominantes na representação dos pets, com foco em cães e gatos. Como metodologia para análise, escolhemos a análise de conteúdo, através da qual separamos as palavras-chave referentes às nomeações dos pets em co-ocorrência com verbos e adjetivos nos títulos, sub-títulos, leads e discursos diretos presentes em cada notícia. Além da análise de conteúdo, os critérios de noticiabilidade também nos ajudaram a pensar como cada enquadramento foi construído, pois cada um possui critérios mais recorrentes do que outros.

Chegamos a identificação de oito enquadramentos dominantes, cada um com características próprias e particulares e que coexistem separadamente. Os enquadramentos são caracterizados pelos atributos relacionados ao objeto, neste caso, os pets. Entretanto, para que pudéssemos compreendê-los melhor, foram separados em quatro temas.

No enquadramento de “**Denúncia**”, em que os principais conteúdos referem-se a casos de maus tratos e morte dos animais, foram identificados dois tipos de enquadramento: notícias em que o **pet aparece enquanto vítima principal** das ações, e as em que o **pet aparece em segundo plano** nas ações.

Foram encontradas 14 matérias construídas com o enquadramento em que o **pet aparece enquanto vítima principal**. Em todas as matérias identificadas com este enquadramento, o critério de noticiabilidade dominante identificado é o da morte ou da iminência da morte do pet. Em 80% dos títulos, os verbos relacionados aos pets os colocam no sujeito passivo dos acontecimentos – são verbos como “foi baleado”, “atingido”, “acorrentado”.

Tomemos como exemplo representativo deste tipo de enquadramento a notícia “*Homem é levado à delegacia na BA suspeito de tentar jogar cadela em rio*”, publicada pelo G1 Bahia no dia 16 de abril de 2013.



Figura 1 – Pet enquanto vítima principal.

A matéria “*Homem é levado à delegacia na BA suspeito de tentar jogar cadela em rio*” tem o propósito de denunciar evidenciado logo na chamada ao se referir ao homem enquanto suspeito. A forma de nomear o pet no título e subtítulo também são o que consideramos como gerais: “cadela”. O pet não pratica nenhum dos verbos associados a ele nem no título ou no subtítulo: “*Dono disse ter achado que animal estava morto e pretendia enterrá-lo. Ele assinou um termo na delegacia e vai responder por crime ambiental*”.

Após apresentar todo o fato, o texto jornalístico identifica o animal envolvido pelo nome próprio, “Loly”, mas isto só acontece por duas vezes. Entretanto, a matéria faz uma descrição detalhada das condições do animal, com verbos de ligação no presente – “A cadela foi salva. Ela se chama Loly e está em fase de recuperação. Da raça “fila”, ela tem cerca de cinco anos de idade e ainda está muito fraca e se alimenta através de soro”. No lead, é acrescentada à palavra-chave “cadela” a palavra “viva”, para reafirmar a condição de crime do sujeito que pratica a ação sobre o pet.

Apesar de haver uma nomeação pelo nome próprio do pet no corpo do texto, não encontramos fatores suficientes para afirmar que este tipo de enquadramento sustenta a aproximação da representação dos pets com os relacionamentos humanos.

O segundo enquadramento encontrado foi o de denúncia em que o **pet aparece em segundo plano** nas ações. Foram encontradas seis notícias ao todo. Os critérios de noticiabilidade dominantes neste tipo de enquadramento são a morte e a conflituosidade, pois sempre retratam brigas que resultaram no ferimento ou morte do pet.

A principal característica dessas notícias é trazer a morte do pet, que em todas se tratava de cachorros, como informação de destaque nos títulos e subtítulos das notícias, mas não tratá-lo enquanto vítima principal no texto. O dono do animal era o foco principal da agressão que acabou resvalando no cachorro. Não foi encontrada nenhuma adjetivação referente aos pets nos títulos, subtítulos ou leads.

Tomemos como exemplo representativo deste tipo de enquadramento a notícia “*Homem é baleado e cachorro é morto no bairro do Candear*”, publicada pelo iBahia no dia 29 de novembro de 2013.



Figura 2 – Pet em segundo plano

Como foi dito, é a carga negativa da morte do animal que faz com que haja uma referência a ele no título da notícia. Já no subtítulo não se faz mais nenhuma referência ao pet: “*Roberto Alves Ferreira, de 31 anos, foi socorrido para o Hospital Geral do Estado, onde passa por cirurgia*”. Também não existem referências ao pet no lead da notícia. Ele só volta a ser mencionado no final do segundo parágrafo: “(...) Roberto e o menor discutiam por causa do cão da vítima, quando o adolescente atirou no cachorro, matando-o”.

Em nenhuma matéria com este tipo de enquadramento construído foram encontradas evidências que sugiram uma tentativa de aproximação da imagem do pet com o comportamento humano.

O terceiro enquadramento identificado foi o de “**Serviço público**”. Foram encontradas quatro notícias com este tipo de enquadramento. O critério de noticiabilidade dominante é o de interesse público, ou seja, o que o veículo considera que o público deve

saber; a amplitude, por considerar que o evento atinge uma grande quantidade de pessoas, e o de exemplaridade, quando o evento serve como modelo do que é certo fazer do ponto de vista moral ou racional.

As palavras-chave “cães” e “gatos” são as que aparecem com mais frequência em todos os textos – nove e quatro, respectivamente, e “animais”, por duas vezes. Quando existem verbos relacionados aos pets, eles aparecem enquanto sujeitos passivos. Como exemplo representativo deste tipo de enquadramento, temos a notícia “*Monte Gordo terá vacinação de cães no dia 27 de abril*”, publicada pelo iBahia no dia 21 de abril de 2013.



Figura 3 – Serviço público

É uma matéria bastante direta quanto a atender as demandas de um lead, informando os aspectos mais funcionais do fato: o quê, quando, onde e como. Como foi dito anteriormente, a única palavra usada nesta notícia para se referir aos pets é “cão”, uma vez que se trata de uma campanha de vacinação específica para eles. Não há associação da palavra-chave com verbos ou adjetivos. Outra característica desse tipo de enquadramento é a inexistência de discurso direto nos textos.

Por esses motivos não encontramos fatores suficientes para que possamos afirmar que este tipo de enquadramento sustenta a aproximação da representação dos pets com os relacionamentos humanos.

O quarto enquadramento identificado é de “**Mercado Pet**” e foram encontradas sete notícias neste tipo. O tipo de enquadramento Mercado Pet pressupõe um tipo bastante específico de leitor – os que possuem pets e estão interessados em fatos, eventos e produtos vinculados a eles. Ou seja, aqui existe um interesse do público. O principal

critério de noticiabilidade identificado é o de personalização dos pets. Vejamos o exemplo da notícia “*Entre no clima da folia com seu melhor amigo*”, publicada pelo iBahia no dia 23 de janeiro de 2013.

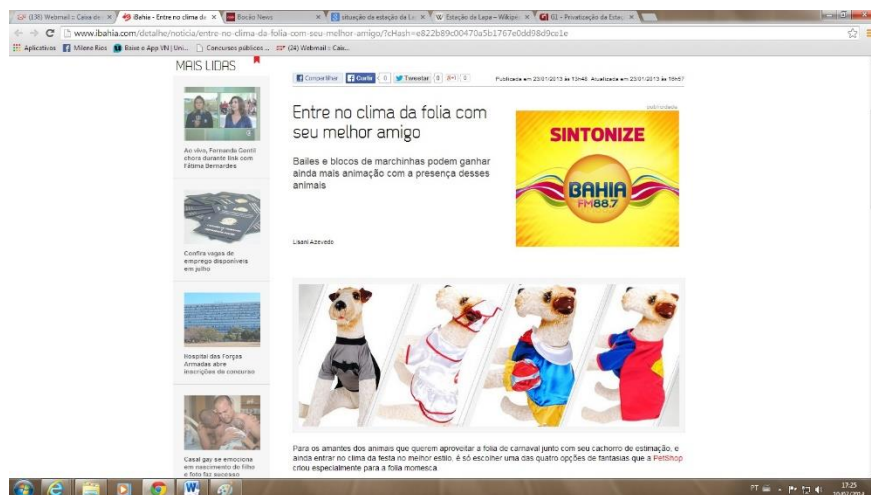


Figura 4 – Mercado Pet

Neste tipo de enquadramento foi percebido o uso de uma linguagem mais específica para nomear os pets. “Melhor amigo” e “cachorro de estimação” aparecem por três vezes no texto, em detrimento da palavra animal, que só aparece uma vez. Logo no início do texto, o tipo de público a que essa matéria se destina fica evidenciado: “Para os amantes de animais”. Os verbos associados às palavras chave vêm no infinitivo, seguidos de algum tipo de dica ou sugestão do que se pode fazer com o animal de estimação, com foco em cães: “As roupas são super confortável, o que garante ao cachorro conforto na hora da diversão”, por exemplo. Verbos como “poupar seu cachorro” e “garante ao cachorro conforto” em que o animal é o principal agente afetado pelos verbos, também endossam a ênfase do cachorro enquanto sujeito principal da notícia.

Assim, acreditamos que neste tipo de enquadramento existem evidências que nos permitem afirmar que existe uma aproximação da representação dos pets com o comportamento humano.

O quinto tipo de enquadramento identificado é o de “**Personificação**”. Foram encontradas cinco matérias construídas de forma que a interpretamos enquanto de Personificação. Tem como critério de noticiabilidade dominante a personalização dos pets. Este tipo de critério é identificado quando as nomeações e os verbos relacionados

aos pets conferem a eles similaridade com o comportamento de seres humanos. Mas, o que mais chama a atenção neste tipo de enquadramento é a recorrência dos verbos que colocam os animais enquanto sujeitos agentes de suas próprias ações, ou seja, os pets são os sujeitos agentes dos verbos principais das orações.

Tomemos como exemplo representativo a matéria “*Cadela pratica esporte no mar junto com dono em Salvador*”, publicada pelo G1 Bahia no dia 2 de fevereiro de 2013.



Figura 5 – Personificação

Como foi dito, mais do que a nomeação conferida ao pet, o que se destaca enquanto indicativo de Personificação são os verbos relacionados às nomeações. Desde a chamada nota-se este aspecto, pois traz um pet que pratica esporte, atividade normalmente atribuída às pessoas. Esta nomeação de aproximação em co-ocorrência com verbos de ação se apresenta em maior número nos títulos, subtítulos e leads do que nos discursos diretos, o que foge um pouco ao que já vimos até aqui. Isso pode indicar que o jornalista já orienta a escrita de uma notícia sob este enquadramento de forma diferenciada, não se atendo aos padrões clássicos da escrita jornalística.

A cadela é a personagem principal da notícia, pois os principais verbos são atribuídos a ela, e são também verbos de ação, como “Cadela pratica esporte”, “ela começou a fazer stand up e surfar”. Além disso, a cadela recebe adjetivações: “Animal é popular no Porto da Barra”, “A cadelinha Bela Belíssima é figura ilustre no bairro da Barra (...)”, “animal aventureiro” e que possui “muitos fãs”.

Portanto, por todos esses fatores, todas as notícias encontradas com este tipo de enquadramentos foram consideradas como representativas da aproximação na relação entre pets e pessoas.

O sexto tipo de enquadramento identificado foi o **“Inusitado”**, com 12 matérias encontradas. Como o critério dominante deste tipo de enquadramento é o inusitado e está presente em todas as notícias, não vimos problema em nomear este enquadramento da mesma forma que o critério de noticiabilidade, já que os dois estão intrinsecamente ligados. São poucas as nomeações com caráter de aproximação – aparecem apenas quatro vezes, enquanto as palavras-chave consideradas gerais aparecem 31 vezes só nos títulos, subtítulos e leads. Tomemos como exemplo a notícia a seguir: *“Gato nasce com duas cabeças no interior do estado”*, publicada pelo iBahia no dia 1 de outubro de 2013.



Figura 6 - Inusitado

A referências feitas aos animais são as normalmente usadas pelo texto jornalístico, como gato, bicho e animal, totalizando seis referências ao pet no texto inteiro. Os verbos associados a eles, “nascer”, “sobreviver”, “alimentar”, são todos estritamente ligados ao fato.

Desta forma, acreditamos que nenhuma das notícias encontradas com este tipo de enquadramentos são representativas da aproximação na relação entre pets e pessoas.

O sétimo enquadramento encontrado foi o de Cobertura Política em que há **destaque da causa animal**. Doze notícias compõem o corpo deste tipo de enquadramento, que tem como critérios de noticiabilidades dominantes o de notoriedade, interesse público e amplitude. Neste tipo de enquadramento, dificilmente as nomeações vão além das palavras “animal/animais”, aparecendo em 70% das notícias. Apenas no 30% restante é que existe uma referência a espécie, se de cão ou gato ou qualquer outra.

Tomemos como exemplo a notícia “*Vereador quer proibir venda de animais em pet shops*”, publicada pelo Bahia Notícias no dia 11 de março de 2013.



Figura 7 – Destaque da causa animal

Nesta matéria, a palavra “animais” aparece cinco vezes, não sendo usadas variações para se referir aos pets, como vemos no discurso do entrevistado: “Tratados como mercadoria e não seres vivos os animais ficam expostos a maus tratos em um local pequeno e abafado”, por exemplo. Além disso, os animais surgem enquanto sujeitos passivos das ações nos leads, eles aparecem sempre como quem sofre a ação.

Por todos esses motivos, não achamos que neste tipo de enquadramento existem indícios que sustentem uma aproximação do pet com o comportamento humano.

Por fim, identificamos dentro da temática da cobertura política o **destaque aos protetores de animais**. Cinco notícias com este enquadramento foram encontradas. A principal característica deste tipo de enquadramento é a de que os atores dos fatos noticiados que se destacam são as pessoas que estão envolvidas com a temática animal.

Isso se comprova na quase inexistência de palavras que se refiram aos pets fora dos títulos, subtítulos e leads das notícias.

Assim, os critérios dominantes são o de notoriedade, pois são pessoas públicas, como os vereadores ou instituições a favor da causa animal, quem ficam em destaque nas matérias; e o critério de conflituosidade, sempre fazendo referência a desavenças entre as pessoas. Vejamos o exemplo da notícia *“Marcell diz que processará associação protetora dos animais e sugere cunho político de críticas”*, publicado pelo Bahia Notícias em 19 de setembro de 2013.

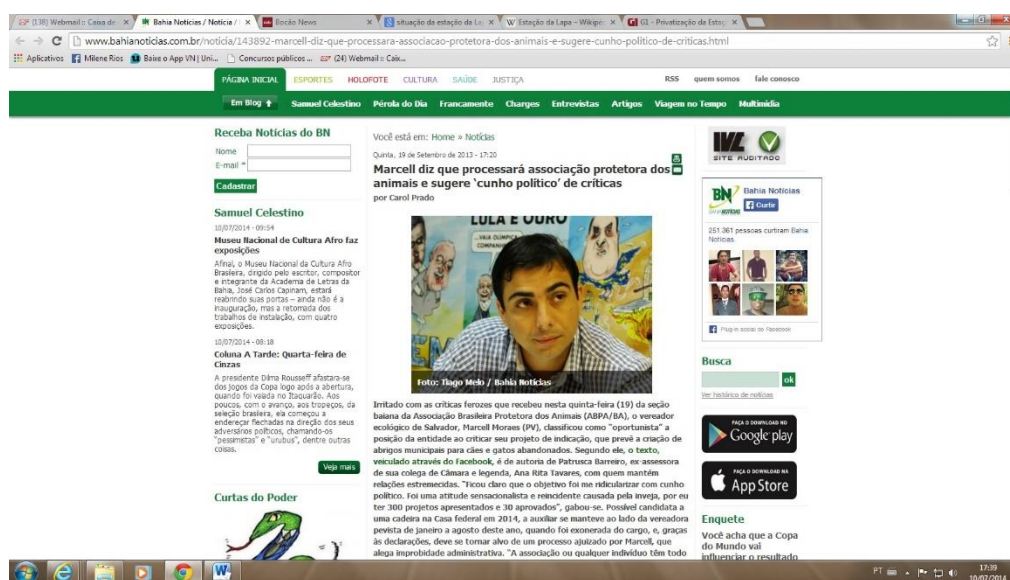


Figura 8 – Destaque de protetores dos animais

A notícia dá destaque a desavença entre personalidades públicas e políticas envolvidas com a causa animal. “Animais” é a única palavra usada para se referir aos pets e aparece apenas três vezes na matéria: duas vezes no título e lead e outra no discurso direto. Há referência aos animais mas não existem adjetivos ou verbos ligados a eles.

Assim, em mais esse tipo de enquadramento, não foram encontrados fatores que sustentem uma aproximação do pet com o comportamento humano.

A hipótese inicial deste trabalho é de que encontraríamos como enquadramento mais recorrente aquele que evidenciasse uma aproximação e identificação da imagem dos pets ao relacionamento humano. Isto porque Salvador possui dois vereadores eleitos cuja base eleitoral é o bem-estar animal: Ana Rita Tavares (PROS), que obteve 10.039 votos,

ocupando a 14ª posição no ranking, e Marcell Moraes (PV) que obteve 7.973 votos, ocupando a 22ª colocação, dentre os 43 eleitos em 2012. Como esses dois vereadores foram eleitos com uma porcentagem de voto expressiva, considerávamos que isso refletisse o interesse crescente da população sobre a temática pet e que os meios de comunicação locais acompanhariam esse interesse, publicando notícias cujo enquadramento apresentasse uma aproximação da representação do pet com o comportamento humano.

Entretanto, em números, isso não se comprovou. Apenas dois, o de Mercado Pet e o de Personificação, entre os oito enquadramentos dominantes encontrados são indicativos de uma aproximação e identificação da imagem dos pets ao relacionamento humano. Ou seja, os enquadramentos que sugerem uma aproximação aparecem apenas 25% das vezes. Ainda são dominantes, ocupando os outros 75% de recorrências, as nomeações para se referir aos pets mais comumente usadas pelo jornalismo, como “cachorro”, “gato” ou “animais”. Ainda são maioria também os casos em que os pets são os sujeitos passivos dos verbos relacionados a eles. Ou seja, os animais estão ainda, majoritariamente, na posição de quem sofre as ações. Além disso, como é característico do texto jornalístico, adjetivos referentes aos pets são evitados. O único adjetivo que pode ser encontrado fora das matérias de Personificação e Mercado Pet é “abandonado”, reforçando assim uma ideia de fragilidade associada ao animal.

Ainda assim, é importante notar que existem três tipos de enquadramentos entre os dominantes que se mostraram os mais recorrentes entre todos (Quadro 11): a denúncia em que o pet é a vítima principal, o inusitado e a cobertura política com destaque para a causa animal.

Quadro 11 – Recorrência de enquadramento nos sites

Enquadramento	iBahia	G1 Bahia	Bahia Notícias	Total
Denúncia: Pet vítima principal	6	7	1	14
Denúncia: Pet vítima secundária	2	2	2	6

Serviço público	2	2	-	4
Mercado Pet	5	2	-	7
Personificação	-	5	-	5
Inusitado	2	8	2	12
Cob. Política: Destaque causa animal	-	-	12	12
Cob. Política: Destaque protetores de animais	-	-	5	5

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução Luis Antero Reto e Augusto Pinheiro. Capa de edições 70. Lisboa.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão, seguido de A Influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997

CARVALHO, Carlos Alberto de. **Sobre limites e possibilidades do conceito de enquadramento jornalístico**. Contemporânea, vol. 7, no 2. Dez/2009.

COLLING, Leandro. **Agenda-setting e freaming**: reafirmando os efeitos limitados. Revista Famecos, Porto Alegre, nº 14. Abril de 2001.

ENTMAN, Robert M. **Framing**: toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication. 1993.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A atualidade no jornalismo**: bases para sua delimitação teórica. Universidade Federal da Bahia. Salvador, Bahia, 2003.

GARATONI, Bruno; URBIN, Emiliano; VERSIGNASSI, Alexandre. Cachorros, por que eles viraram gente? *Revista Superinteressante*. Número 263, março de 2009. Disponível em <http://super.abril.com.br/mundo-animal/cachorros-eles-viraram-gente-616666.shtml?utm_source=redesabril_jovem&utm_medium=facebook&utm_campaign=redesabril_super>. Acessado em julho/2014.

GOFFMAN, Erving. **Frame Analysis**: an essay on the organization of experience. New York: Harper & Row, 1986.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamento da Ciência dos jornais**. Rio de Janeiro: Petrópolis, 2011.

HALL, Stuart. **Representation**: cultural representations and signifying practices. The Open University: 1997.

HALL, Stuart. et al. **A produção social das notícias**: o mugging nos media. *In*: The manufactory of News.

HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. *In*: BENETTI, Marcia; LAGO, Claudia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. 3ª edição. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2010.

LAGE, Nilson. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. 9ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2011.

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. 6ª edição. São Paulo: Ática, 2006.

REESE, Stephen D. **The framing project**: a bridging model for media research revisited. College of Communication, University of Texas, Austin, TX 78712.

ROTHBERG, Danilo. O conceito de enquadramento e sua contribuição à crítica de mídia. *In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Vitrine e vidraça: crítica de mídia e qualidade no jornalismo***. LabCom Books. 2010.

SCHUDSON, Michael. **Descobrindo a notícia – Uma história social dos jornais nos estados Unidos**. São Paulo: Vozes, 2008.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade**, 2005. <Disponível em: <http://posjor.ufsc.br/public/docs/141.pdf> > Acesso em junho de 2014

SOARES, Murilo César. Análise de Enquadramento. *In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação***. São Paulo: Atlas, 2006.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística / uma comunidade Interpretativa internacional**. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2a ed, 2005.

TUCHMAN, Gaye. **Making news: a study in the construction of reality**. New York: The Free Press, 1979.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 2003.

.