
Tensionando as teorias do jornalismo: A positividade como valor-notícia¹

Camila Sepka²

Magali Moser³

Universidade Regional de Blumenau – FURB, Blumenau, SC

RESUMO

Este artigo é resultado de um Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), apresentado em 2023, e aborda como as notícias negativas dominaram historicamente os meios de comunicação, impactando tanto o público quanto os jornalistas. O trabalho busca entender os desafios enfrentados para promover a positividade como um valor-notícia na cobertura jornalística de Blumenau, bem como a percepção dos jornalistas sobre esse tipo de conteúdo. A pesquisa se baseia em entrevistas feitas com nove profissionais do jornalismo local, utilizando grupos focais, uma técnica qualitativa que permite a coleta de informações através de interações grupais. As reflexões são embasadas nas teorias do jornalismo e consideram as particularidades do jornalismo regional. Os resultados indicam que a predominância da negatividade como valor notícia no jornalismo está ligada a diversos fatores, revelando a complexidade dessa questão.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; positividade; notícias negativas; jornalismo regional; teorias do jornalismo.

INTRODUÇÃO

Este estudo se propõe a investigar o impacto predominante das notícias negativas na mídia contemporânea, focando especialmente na cidade de Blumenau (SC). A pesquisa explora as razões por trás da prevalência de tragédias e problemas sociais em vez de histórias positivas na imprensa, uma dinâmica que não apenas reflete escolhas editoriais, mas também uma demanda crescente por sensacionalismo e drama, intensificada pela era digital e pela avalanche de informações, nos dias atuais.

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Jornalista recém graduada no curso de Jornalismo da FURB, e-mail: camilasepka123@gmail.com

³ Orientadora - Doutora em Jornalismo (UFSC) e pós-doutoranda no INCT.DD na UFBA, e-mail: magali.moser@gmail.com

⁴ Acesse a pesquisa na íntegra em: https://bu.furb.br/docs/MO/2023/370029_1_1.pdf

Partindo da premissa de que o excesso de notícias negativas pode contribuir para uma "infodemia", termo definido pela Organização Mundial da Saúde para descrever os efeitos adversos do bombardeio de informações na saúde mental, a pesquisa contextualiza o cenário atual. Estudos recentes, como os de Sahakian et al. (2022), indicam que desde o início da pandemia de Covid-19, em março de 2021, houve um aumento significativo nos níveis de estresse crônico entre a população, atribuído em parte ao consumo prolongado de notícias negativas.

A pesquisa parte de inquietações com a predominância de notícias negativas na imprensa. Metodologicamente, o estudo adota uma abordagem qualitativa, incluindo grupos focais com 9 jornalistas de Blumenau para capturar suas perspectivas e os desafios específicos enfrentados. Os resultados revelam que os profissionais enfrentam obstáculos significativos ao tentar priorizar histórias construtivas e inspiradoras em um contexto onde predominam o sensacionalismo e a negatividade.

Além de discutir a importância de um jornalismo equilibrado que ofereça esperança e inspire o público, a pesquisa enfatiza que as histórias positivas não apenas refletem a diversidade da realidade social, mas também desempenham um papel importante na construção de uma visão mais completa e otimista da sociedade. Essa abordagem não só equilibra o noticiário, mas também enriquece a experiência informativa, especialmente para públicos mais jovens, tornando-se essencial para a sustentabilidade e relevância do jornalismo local e regional.

Assim, enquanto reconhece a necessidade de relatar eventos negativos e problemas sociais, este estudo explica os benefícios de destacar conteúdos positivos para a comunidade e para o próprio jornalismo, promovendo uma visão mais abrangente e esperançosa da realidade local.

Claro, não estamos argumentando que o noticiário precisa ignorar os fatos que são em si altamente negativos e traumáticos, mas que é necessário buscar o equilíbrio com narrativas que possam ter algum grau de intervenção na construção da notícia, permitindo endereçar soluções e não apenas revelar o diagnóstico (Silva apud Simões, 2022, p.9).

A NEGATIVIDADE COMO VALOR-NOTÍCIA

O jornalismo desempenha um papel essencial nas sociedades democráticas, oferecendo um reflexo da realidade em que vivemos (Traquina, 2012). A teoria do

espelho, que inicialmente sugeria que o jornalismo simplesmente refletia a realidade como ela é, hoje é vista como ultrapassada no contexto acadêmico. É amplamente reconhecido que a produção jornalística é um recorte, um enquadramento dessa realidade, e não uma reprodução fiel, como se pensava inicialmente. Historicamente, o jornalismo tem uma tendência notável de destacar notícias negativas, como tragédias, conflitos, crimes e desastres. Este fenômeno levanta a questão central sobre por que a negatividade tem sido tão prevalente nas narrativas jornalísticas. Nelson Traquina, renomado pesquisador português, dedica parte de seus estudos a compreender os motivos dessa tendência, ele é um dos pesquisadores mais citados no Brasil quando se fala em Teorias do Jornalismo. Em obras como "Jornalismo: questões, teorias e estórias" (1999) e os volumes de "Teorias do Jornalismo" (2005, 2012), Traquina explora como fatores como a frequência de ocorrências e a natureza dramática das notícias negativas contribuem para sua predominância na abordagem jornalística.

Traquina (1999) argumenta que as notícias negativas são selecionadas com base no critério de frequência, pois eventos dramáticos e inesperados têm maior probabilidade de se tornarem manchetes. Além disso, essas histórias atraem o público devido à sua carga emocional intensa, satisfazendo a necessidade humana por informações que validem perspectivas dominantes ou que trazem respostas emocionais significativas.

Diz-se que as notícias negativas são mais consonantes com, pelo menos, algumas pré-imagens dominantes do nosso tempo. Importa é que as notícias negativas preencham algumas necessidades latentes ou manifestas e de que muitas pessoas têm essas necessidades. Das muitas teorias neste campo, preferimos a versão da dissonância cognitiva por ser falsificável (Traquina, 1999, p. 69).

Em certos períodos históricos, as notícias negativas muitas vezes se alinham melhor com as concepções ou imagens que as pessoas têm do mundo, além de atenderem às necessidades emocionais e psicológicas do público consumidor. Segundo Traquina (1999), também sugere que as notícias negativas desempenham um papel fundamental na mídia devido à sua harmonia com as percepções e preocupações das pessoas, especialmente em momentos de ansiedade.

Alguns critérios de noticiabilidade, como relevância, conflito e novidade, frequentemente favorecem a cobertura de eventos negativos, segundo Traquina. Por exemplo, desastres, conflitos, crimes e escândalos são considerados mais "noticiáveis"

do que histórias positivas comuns, o que resulta em uma maior ênfase nos eventos negativos e menos espaço para notícias positivas. Além disso, as notícias negativas são geralmente mais imprevisíveis do que as positivas, tanto porque os eventos adversos são menos frequentes quanto porque são menos previsíveis (Traquina, 1999).

Traquina (2005) explora as razões pelas quais as notícias negativas tendem a receber mais destaque na mídia do que as positivas, identificando quatro motivos principais para essa tendência.

As notícias negativas satisfazem melhor o critério de frequência; b) as notícias negativas são mais facilmente consensuais e inequívocas no sentido de que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo; c) as notícias negativas são mais consonantes com, pelo menos, algumas pré-imagens dominantes do nosso tempo; e d) as notícias negativas são mais inesperadas que as notícias positivas, tanto no sentido de que os acontecimentos referidos são mais raros, como no sentido de que são menos previsíveis (Traquina, 2005, p. 72).

Traquina investiga os motivos pelos quais as notícias negativas recebem maior destaque na mídia, argumentando que fatores como a raridade, a clareza, a relevância e a surpresa associadas a essas histórias contribuem para sua prevalência. Nelson Traquina (1999) introduz o conceito de *gatekeeping* no contexto jornalístico, que se refere ao papel dos *gatekeepers* (editores ou responsáveis pela decisão) na seleção e moldagem das notícias que chegam ao público. Ele ressalta que esses *gatekeepers* exercem um poder significativo sobre quais histórias são divulgadas, influenciando assim a percepção do público. Esse poder levanta questões sobre quem determina o que é noticiável e como isso afeta a representação de diferentes grupos sociais.

Traquina (1999) enfatiza que as notícias são construções sociais que não apenas refletem eventos, mas também são moldadas por interesses organizacionais, narrativas adotadas pelos jornalistas, rotinas editoriais, valores-notícia predominantes e as identidades das fontes de informação. Esses fatores interagem de maneira complexa na produção e apresentação das notícias, sem uma resposta simples para explicar por que as notícias são como são.

Em seu livro "Jornalismo: questões, teorias e 'estórias'", Nelson Traquina (1999, p. 168) explica que "as notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento". A compreensão dos critérios de noticiabilidade e das teorias do jornalismo ajuda a

esclarecer por que certos eventos se tornam notícias enquanto outros não. Segundo Traquina (1999), os critérios de noticiabilidade referem-se ao conjunto de normas e operações que determinam a aptidão de um evento para receber tratamento jornalístico, ou seja, para ser considerado como notícia.

Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícias que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor- notícia” (Traquina, 1999, p.63).

Este conjunto de valores ou critérios é utilizado por jornalistas e veículos de comunicação para avaliar se um evento ou tema é apropriado para se transformar em notícia. A seleção de notícias é um processo que envolve múltiplos fatores, incluindo a maneira como os eventos são filtrados e interpretados na mídia, bem como o impacto social e cultural das notícias.

Ao reconhecer essas variáveis, abre-se espaço para uma reflexão mais profunda sobre as especificidades do jornalismo regional. Esses desafios e critérios foram investigados e se manifestam em contextos específicos, examinando como o jornalismo local incorpora e responde às demandas únicas de suas comunidades. Foram exploradas as nuances que moldam a produção jornalística em nível regional, analisando como o jornalismo local se distingue e influencia a narrativa informativa.

METODOLOGIA

A pesquisa utilizou a análise de conteúdo como ferramenta metodológica, uma técnica sistemática. De acordo com Laurence Bardin, que aplicou as técnicas da Análise de Conteúdo na investigação psicossociológica e no estudo das comunicações de massas, é uma técnica de pesquisa que visa entender e interpretar o significado contido nos materiais de comunicação, como textos, imagens, vídeos ou qualquer tipo de conteúdo.

Além disso, foi feito o grupo focal como método qualitativo, moderado pela pesquisadora, conforme descrito por Bernadete Angelina Gatti em "Grupo Focal na Pesquisa em Ciências Sociais e Humanas" (2005). Esta técnica permite obter *insights* detalhados das opiniões, percepções e experiências dos participantes sobre um tema específico, explorando diversas perspectivas dentro de um grupo selecionado.

Para este estudo específico, foram escolhidos jornalistas com experiência em diferentes veículos de comunicação de Blumenau, abrangendo uma faixa etária variada de 29 a 61 anos. Apesar de ter havido uma tentativa de diversidade de gênero e formação acadêmica, com participação de jornalistas formados em diferentes universidades e atuantes em diversos tipos de mídia como portais jornalísticos, televisão, rádio e assessoria de comunicação, houve uma limitação na representatividade étnica, com apenas uma pessoa se identificando como parda entre os participantes do grupo focal.

Quadro 3 – Os jornalistas escolhidos e seus locais de trabalho

Repórteres	Função e local de trabalho
Bianca Bertolli	Repórter na NSC Total Blumenau
Franciele Cardoso	Repórter na NSC TV
Francisco Fresard (Pancho)	Comentarista na Rádio Mix
Jamile Cardoso	Repórter na Massa FM e no Portal Alexandre José
Jefferson Douglas	Assessor de Imprensa Unimed Blumenau
Lourdes Maria Pereira Sedlacek	Jornalista aposentada
Pedro Machado	Colunista no NSC Total Blumenau
Stefany Pessoa	Assessora de imprensa Viveo Cremer
Suelen Eskelsen	Repórter na NSC TV

Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Para evitar qualquer situação de exposição do grupo selecionado, as respostas dos entrevistados não foram identificadas, evitando expor as pessoas a qualquer situação de constrangimento e seguindo os protocolos ligados à ética na pesquisa com

seres humanos. Entretanto, apresentamos a lista com os nomes aqui já que nenhum dos entrevistados se opôs a ter seu nome divulgado.

PERCEPÇÕES DOS JORNALISTAS SOBRE NOTÍCIAS NEGATIVAS

Para investigar as dificuldades enfrentadas pelos jornalistas em Blumenau para destacarem notícias positivas e compreender as percepções locais sobre as notícias negativas, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa. Foi formado um grupo com profissionais ativos e ex-profissionais de veículos de comunicação da cidade, os quais foram convidados a participar do estudo. O encontro ocorreu na Universidade Regional de Blumenau (FURB), em 13 de setembro de 2023, às 19 horas.

Dos 10 jornalistas convidados, 9 aceitaram participar do grupo focal. Um deles acabou não indo, pelo motivo de estar de plantão no trabalho. Utilizando a técnica do Grupo Focal, o encontro teve duração de 1 hora e 14 minutos, onde os participantes discutiram sobre o tema da pesquisa. A mediação foi realizada pela autora principal do estudo, que estimulou a reflexão e a interação entre os profissionais.

Inicialmente foram planejadas oito perguntas, o roteiro foi ajustado durante o encontro devido às respostas antecipadas de alguns participantes, resultando na abordagem de três perguntas principais. As discussões foram audiogravadas utilizando dois celulares e dois gravadores para garantir a precisão na captura das informações.

A discussão teve início com a primeira pergunta: "É perceptível que existe uma prevalência de notícias negativas em nossos noticiários. Para vocês, que atuam todos os dias produzindo matérias, o que leva as notícias negativas terem esse maior impacto na sociedade?"

ANÁLISES DAS RESPOSTAS OBTIDAS

A análise do conjunto das informações obtidas deu-se por meio do método da análise de conteúdo. Os dados foram levantados a partir das entrevistas e separamos em três categorias: 1) Os porquês da prevalência de notícias negativas; 2) Exemplos de notícias positivas produzidas pelo grupo e 3) Definições de conteúdos positivos e seus critérios. Neste artigo, o foco será na primeira categoria, a pesquisa completa pode ser acessada no site da biblioteca da Universidade Regional de Blumenau.

Como neste trabalho não serão identificados os participantes, no texto eles apareceram pela letra “J” (Jornalista), seguido de um número em ordem crescente para cada componente. Para facilitar a análise, foi utilizado o aplicativo Pinpoint, do Google, para fazer a transcrição da gravação num primeiro momento. Após essa primeira transcrição, o áudio teve que ser ouvido novamente para um detalhamento maior da decupagem, procurando reproduzir do modo mais fiel possível as falas de cada pessoa entrevistada.

Os porquês da prevalência de notícias negativas

A predominância de notícias negativas nos veículos de comunicação levanta questionamentos pertinentes sobre os motivos desse fenômeno e seu impacto na sociedade. Ao refletirmos sobre essa realidade, é possível recorrer às teorias do jornalismo para uma compreensão mais aprofundada.

Nelson Traquina, renomado pesquisador português e figura central nos estudos de teorias do jornalismo no Brasil e um dos principais autores que contribuiu para o desenvolvimento desta pesquisa, explora os motivos que colocam as notícias negativas em lugares predominantes na mídia. É importante ressaltar que houve um cuidado para manter o contexto de cada explanação, na conversa alguns jornalistas falaram mais que outro o que refletiu na apresentação das respostas abaixo.

“A gente tem responsabilidade sim, jornalista tem responsabilidade sobre isso”

J1- [Pausa de 3 segundos] “boa pergunta. Não tenho ideia... Traz mais audiência, isso eu sei, não tenho dúvida. Se é por isso que estão explorando mais, no meu jornal, no meu ofício tento não ter isso como diretriz, mas a impressão de fato é que muitos utilizam isso como diretriz. [...] A pergunta que eu faço é, porque a comunidade gosta tanto de ler sobre isso, acho que é aí que está o problema, vamos dizer assim, se é que há um problema nessa história. Ah, a gente tem nossa culpa? Sim temos também, dar valor a isso, de valorizar e estimular isso esse tipo de atitude, ou seja, de procurar pela notícia ruim, acho que a gente tem responsabilidade sim, jornalista tem responsabilidade sobre isso, mas é difícil. É aquela história né, quem veio primeiro o ovo ou a galinha? É muito complicado”.

“É muito do ser humano né”

J2: “Eu queria fazer uma contribuição, me formei em 1985, sou da época que da página de polícia do jornal impresso, a gente falava ‘vai cair matéria porque tem que entrar um anúncio’, nunca! Era da polícia, há não ser que fosse um baita anúncio para ir para aquela página. Era o que era mais valorizado no jornal, o da polícia. E aí, a questão de realmente não sabermos, é muito do ser humano né, pode ver acidente, qual

o problema no trânsito quando dá um acidente? Todo mundo reduz para, para ver o que está acontecendo né. Eu acho que daí a imprensa, jornalismo, nessa coisa mais aí nessa questão do lucro que vai promover as empresas jornalísticas sobre isso, hoje é o click, mas naquela época era anúncio. E aí, acho que se apropriaram mais disso, buscaram mais isso”.

“Então eu acho que essas notícias assim, tem esse apelo da curiosidade”

J3: “É eu acho que tem a ver também esse fato pela busca das notícias de acidentes de ocorrências, do ‘aí eu quero ver quem foi, ou tentar descobrir quem é’, isso muito em acidente de trânsito. A gente teve recente um acidente de trânsito com a morte de um motociclista, eu moro no Bairro Garcia perto do lugar. Aquele Bairro estava em polvorosa naquela manhã querendo saber quem era o motociclista [...]. As pessoas mais do que eu, pesquisando e buscando para saber quem era. E hoje com as redes sociais, isso se torna muito mais fácil e mais rápido né? A pessoa consegue associar [...] Uma coisa muito louca, muito rápida. Então eu acho que essas notícias assim, tem esse apelo da curiosidade de saber, também como foi né [...]. Acho que tem tudo isso, uma série de fatores aí. Eu era aquela pessoa inquieta que ‘Ah então vou fazer uma pauta fria mais de polícia’. [...] Então assim, não era algo que vinha no relatório, mas que eu ia e cavava e buscava, ligava para um delegado e “Ah e vamos falar sobre determinado assunto”?” Então tem disso também né? “Eu via que aquilo gerava um engajamento, aquilo era sempre a matéria mais esperada do jornal, saia na rua rendia comentários, a repercussão era grande”.

“As notícias negativas chegam mais rápido nas redações”

J4- “Eu acho que as notícias negativas chegam mais rápido nas redações hoje em dia, também por causa dessa questão de rede social. [...] Então se está competindo com o que as pessoas estão comentando o tempo todo [...]. E a notícia positiva ela dá mais trabalho de fazer, então as redações estão cada vez mais enxutas, elas têm metas de audiência, metas de assinaturas, enfim. E realmente você pegar uma pauta, trabalhar, buscar fontes, contar uma história bem contada, uma história positiva, ela vai te exigir um pouco mais de tempo e um pouco mais de produção. A notícia negativa, além dela chegar mais rápido você vai ter um suporte muitas vezes das assessorias das forças de segurança, polícia, bombeiro que provavelmente já tem um profissional de comunicação ali, que já manda um relatório mais ou menos pronto, então isso facilita a vida de quem está na redação. Acho que volta para aquela questão lá de que muitas vezes você não tem o ambiente propício e o tempo necessário para realmente parar e refletir por que eu estou fazendo isso? E quantas vezes a gente vai tocando no modo automático assim sem parar para refletir o que aquele material que a gente está fazendo vai dizer para a sociedade. Como é que a gente está contribuindo para resolver algum problema? [...]”.

“As notícias ruins continuam tendo mais espaço porque isso são coisas que fogem à regra”

J5- “Eu também acho que é um reflexo do interesse das pessoas, e acho que a notícia boa ela

também rende, mas ela precisa ser muito curiosa ou ela tem que ter um impacto muito grande para as pessoas, se não é a ruim que prevalece. E acho que se a ruim não tivesse tanta audiência, elas teriam menos espaço né, elas têm mais espaços porque as pessoas têm interesse, e claro, eu acho que ainda assim, as notícias ruins, continuam tendo mais espaço porque isso são coisas que fogem à regra, né? O normal é você sair da sua casa e voltar vivo, se você morre no caminho, é uma notícia, mas aí a gente vê que hoje, por exemplo, tem um acidente aí tem a suíte, a suíte da suíte, porque as pessoas estão buscando aquela informação e aí a gente produz coisas em cima disso”.

“Tem a ver com aquele critério de proximidade”

J6- “É muito de a natureza humana procurar isso, mas tem a ver com aquele critério de proximidade, [...] é algo que reflete na minha vida também, eu acho que isso tem muito a ver com as pessoas procurarem esse tipo de notícia. A gente comentou aqui, a notícia boa exige muito mais e as produções acabam ficando para depois, geralmente quando a gente vê, principalmente uma reportagem para a TV, é muito mais elaborada para uma notícia boa, algo assim, algo bom, ele é mais produzido, mas esse conteúdo geralmente, como ele não é factual, é de gaveta, ele fica por um tempo. [...]. Mas eu acho que o lado bom disso tudo, é que os costumes das pessoas vêm mudando ao longo do tempo e as pessoas estão querendo notícias melhores, notícias positivas, mas porque influencia o comportamento delas [...]. E acho que assim, vai chegar um momento que isso vai ser só mais uma informação mais simples, não algo que a gente quer ou prioriza de ver, mas eu acho que aos poucos a gente vai mudando, mas depende do comportamento da redação e das pessoas, então é um ciclo”.

“O público é uma parte. O processo é uma parte, mas também tem o profissional de jornalismo.”

J7- “Corroboro com tudo o que foi falado, especialmente com o que o J4 fala a respeito do ciclo da reportagem, da produção da reportagem. Ela exige da redação um esforço diferente. Isso falado por quem foi repórter do antigo “Aqui e agora” [antigo telejornal brasileiro com apelo popular e sensacionalista exibido no SBT nos anos 1990] [...] onde, de fato, tinha equipe focada em produção de conteúdo policial. Na discussão aqui, a gente falou aqui hoje, do que o público espera né, e o jornalismo acaba se moldando a essa exigência do público, ou seja, parece que a gente não tem força para direcionar a produção jornalística para um público, ou lugar que a gente acha adequado e equilibrado. Então a gente fica refém dessa questão de mercado [...]. Mas tem outro ponto aí que também possa até ser polêmico, mas é bom lembrar, tem um ingrediente do profissional, existem profissionais que gostam de fazer esse tipo de conteúdo e esses profissionais interferem nas balanças, mexem na balança, na maneira como as redações pensam manter, as vezes se comportam, né? Eu acho que o público é uma parte. O processo é uma parte, mas também tem o profissional de jornalismo”.

“Mexe com a gente, mexe com os instintos da gente”

J7- “Quando a gente vai colocar uma notícia de polícia dentro dos critérios de noticiabilidade, tu a encaixa em vários aspectos, proximidade relevância e tudo mais, a notícia positiva ela te conecta, talvez de outra maneira, mas ela não é uma notícia

factual, às vezes não é uma notícia próxima. Então assim, percebe que tu vais absorver aquele conteúdo, mas o sentido de urgência da notícia negativa, da crítica ou da violência ou até mesmo se ela tem denúncia, ela tem um apelo. Mexe com a gente, mexe com os instintos da gente”.

“Será que eu conheço aquela pessoa?”

J8- [...] “todo mundo tem alguém que já sofreu um acidente conhece alguém que já passou por uma situação de incêndio, né? Ou tem pessoas na família que talvez já a criança passou por algum dilema alguma questão de saúde. Enfim, então eu acho que isso acaba prendendo também a nossa inquietação por talvez trazer né? Poxa. ‘Ah, meu tio morreu no acidente de caminhão, e agora aconteceu aquele acidente de caminhão envolvendo um homem né?’ Então é a gente acaba sendo levado para isso, né? [...] . ‘Será que eu conheço aquela pessoa, né?’ E isso é o questionamento muitas vezes do nosso leitor, do nosso telespectador. Enfim, e que acaba talvez fazendo a gente também, nessa inquietação, buscar mais por essa informação”.

“A imprensa de uma forma geral peca por instantaneidade, por clique”

J9- “Pensando em tudo que vocês estavam falando, eu acho que é uma junção de tudo isso, da relação é da comoção, é como as pessoas buscam as notícias. [...] Eu preciso de uma notícia sobre saúde e infelizmente as notícias ruins são a maioria, a gente não vive numa sociedade em que a gente tem tudo que a gente deveria ter como sociedade de uma forma ampla, né? E as notícias ruins acabam sendo a maioria. [...], Mas eu vejo que tem muita gente que tá indo realmente na contramão [...] Então eu acho, pensando no veículo de comunicação assim, por que a imprensa dá notícia ruim, porque é o que vende. Mas será que a imprensa não deveria vender uma coisa diferente? Será que se essa imprensa batesse o martelo de ‘Ok deu tantos cliques, deu tanta audiência, mas e se eu investir em uma notícia boa? Será que a gente não começa a reeducar a população para que eles possam gostar de ver notícias boas também?’

ANÁLISE

Conforme levantado na pesquisa, as respostas dos jornalistas em atuação em Blumenau entrevistados para a realização deste trabalho indicam fatores diversos para a predominância das notícias negativas na imprensa. Questão cultural, proximidade, curiosidade, relevância, impacto, audiência e instantaneidade foram as principais respostas obtidas junto ao grupo selecionado, conforme discutido a seguir. Com base nas respostas, um quadro foi elaborado e apresentado ao fim desta primeira etapa das análises, com o objetivo de condensar as motivações mais recorrentes identificadas na conversa por meio do grupo focal.

Aparecem durante a conversa justificativa como o interesse das audiências, questões ligadas ao lucro das empresas e até a curiosidade humana. Essa é uma questão que envolve muitos fatores e demonstra a complexidade envolvida, como destacou o J1.

Os profissionais mencionam a busca por cliques e a competição pela atenção do público nas redes sociais como fatores que impulsionam a escolha por notícias que despertam emoções intensas, muitas vezes relacionadas a eventos trágicos.

Para Nelson Traquina (1999), as notícias negativas tendem a ser mais proeminentes na mídia devido à sua maior frequência percebida, consensualidade, consonância com pré-imagens culturais e ao seu caráter inesperado.

As reflexões apresentadas pelos profissionais entrevistados demonstram a dinâmica entre a preferência por notícias negativas e o papel desempenhado pelos veículos de comunicação. As vozes dos jornalistas, que compartilharam as experiências acumuladas ao longo dos anos na prática profissional, revelam questões que moldam a abordagem editorial. A mudança de paradigma na indústria jornalística ao longo das décadas e a transição do modelo de anúncios para o atual foco em cliques evidencia a evolução das estratégias de captação de audiência, é o que destaca o jornalista J2. Outro ponto levantado por ele é esse enfoque em notícias policiais, antes impulsionado por anúncios, agora adaptado à dinâmica digital.

O J3 traz à tona a relação entre curiosidade humana e a busca por notícias impactantes, especialmente em casos de tragédias. A proximidade geográfica e as redes sociais emergem como elementos que aceleram a disseminação de informações. Essa dinâmica destaca a interconexão entre a audiência, os profissionais de comunicação e as plataformas digitais.

O entrevistado J4 explora a dinâmica contemporânea das redações, argumentando que notícias negativas chegam mais rapidamente, alimentadas pela urgência e pela praticidade. O profissional discute o desafio enfrentado pelas redações na busca por equilíbrio entre notícias positivas e negativas, apontando para as mudanças na relação entre jornalismo e sociedade.

A prevalência das notícias negativas, de acordo com o jornalista J5 enfatiza a relação direta com o interesse do público. O destaque para a busca constante por informações impactantes revela a influência mútua entre produtores e consumidores de notícias, reforçando o ciclo que perpetua o foco em tragédias.

Carlos Manuel Chaparro (1994) em seu livro *Pragmático do Jornalismo: Buscas práticas para uma teoria de ação jornalística* destaca que o interesse é um componente-chave na definição do que é considerado notícia no jornalismo.

A complexidade da produção jornalística, reconhecendo a necessidade de notícias positivas, mas ressaltando os desafios envolvidos na sua elaboração é um dos pontos levantados pelo jornalista J6. A mudança nos costumes da audiência é considerada um acelerador para uma potencial transformação na abordagem jornalística.

O J7 destaca a influência do público, do processo editorial e do profissional de jornalismo na determinação do conteúdo veiculado. A discussão sobre a capacidade do jornalismo de direcionar a produção para um público equilibrado revela a tensão entre a demanda do mercado e o papel social da imprensa.

Explorar a conexão pessoal dos leitores com notícias negativas, destacando a inquietação gerada pela identificação com eventos trágicos é o que traz à tona o entrevistado J8. Ele ainda aborda o questionamento sobre a relação pessoal com as histórias e reforça a complexidade da interação entre a audiência e o conteúdo jornalístico.

Por fim, o J9 fecha o ciclo de reflexões apontando para a necessidade de reeducação da comunidade pela imprensa. A crítica à busca pelo clique fácil e a sugestão de um reposicionamento dos veículos na promoção de notícias positivas evidenciam uma chamada à ação para repensar a abordagem jornalística. Traquina (1999) ressalta a natureza desafiadora e prática do trabalho jornalístico, onde a produção regular de notícias é uma obrigação, independentemente das condições. A necessidade de cumprir prazos e preencher os horários designados para os programas destaca a pressão constante sobre os profissionais para manter a produção de conteúdo informativo de forma consistente.

As análises das falas revelam um cenário multifacetado, onde a relação entre notícias negativas, demanda do público e práticas jornalísticas complexas delineiam um panorama desafiador para os profissionais da comunicação. O equilíbrio entre responsabilidade social, interesse do público e pressões do mercado emerge como um dilema central que permeia a produção e o consumo de notícias na atualidade.

CONCLUSÃO

Com base na entrevista conduzida com jornalistas atuantes em Blumenau, torna-se claro que a predominância de notícias negativas na imprensa resulta de uma interação complexa de fatores culturais, profissionais e éticos. Fatores como a busca por

cliques, a competição nas redes sociais e a pressão do mercado são apontadas como impulsionadores na escolha de notícias que despertam emoções intensas, frequentemente ligadas a tragédias.

A velocidade das redes sociais é destacada como um elemento que facilita a disseminação rápida de notícias negativas, enquanto a produção de notícias positivas é vista como demandando mais tempo e esforço. A dualidade ética enfrentada pelos jornalistas, entre reportar eventos e promover um debate público engajado, revela um dilema intrínseco à profissão, especialmente em tempos marcados pela era digital.

A sugestão de educar a audiência para apreciar notícias positivas surge como uma possível solução para alterar a dinâmica predominante. No entanto, reconhece-se que este é um desafio que vai além das atribuições do jornalismo, envolvendo questões estruturais mais amplas. Há uma percepção crescente de que notícias positivas podem gerar interesse, desde que seja curioso ou impactante o suficiente, evitando a banalização de eventos irrelevantes, como discutido por diversos autores ao longo deste estudo.

A entrevista com jornalistas revela um panorama dinâmico, onde a abordagem editorial na seleção de notícias desempenha um papel crucial. A capacidade de transformar a narrativa, mesmo em eventos adversos, é reconhecida como uma responsabilidade ética. Refletir sobre a durabilidade das notícias positivas na memória do público destaca a necessidade de um esforço contínuo para descobrir histórias construtivas, revelando um desequilíbrio na oferta de conteúdo. O jornalismo propositivo emerge como uma força de mudança social, desafiando os critérios tradicionais de noticiabilidade e repensando a prática jornalística, sem comprometer a credibilidade profissional.

Diante da pesquisa realizada, é possível compreender o que leva uma notícia negativa ter mais impacto, porém também é compreensível que, dependendo da forma, um conteúdo positivo pode virar notícia e ter um impacto bom na vida das pessoas e o quanto isso é necessário e urgente atualmente, inclusive como uma demanda do próprio público.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Presses Universitaires de France, Avenida Duque de Ávila, Livraria Martins Fontes, 1997. Disponível em: <https://ia802902.us.archive.org/8/items/bardin-laurence-analise-de-conteudo/bardin-laurence-analise-de-conteudo.pdf>. Acesso em: 8 set. 2023.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do Jornalismo: buscas práticas para uma teoria de ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994. v. 44

GATTI, Bernardete Angelina. **Grupo focal na pesquisa em Ciências sociais e humanas**. Brasília: Liber Livro 2005.

SAHAKIAN, Barbara Jacquelyn, atl. **Doomscrolling não é apenas ruim para o seu humor, mas também pode prejudicar sua cognição - veja como controlá-lo**. The next Web, 18 de março de 2022. Disponível em: <https://thenextweb.com/news/doomscrolling-isnt-just-bad-for-your-mood-it-can-harm-your-cognition-too-heres-how-to-rein-it-in>. Acesso em: 3 maio 2023.

SIMÕES, Antonio. **Jornalismo de soluções**. Curitiba: Appris, 2022.

TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. 2. ed. Local: Vega, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. v. 2. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são**. v. 1. 3. ed. Florianópolis: Insular, 2012.