

Mapeamento cobertura de cinema no 1º trimestre de 2025 no Portal Tribuna do Norte¹

Victória Braga Dorneles²

Valquíria Aparecida Passos Kneipp³

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN - Natal, RN

RESUMO

A presente pesquisa visa realizar estudo de caso sobre as matérias jornalísticas com pauta sobre tema de cinema durante o mês de março, período em que ocorre a premiação do Óscar, no portal online do jornal Tribuna do Norte. O intuito da pesquisa é averiguar como e porque o cinema é tratado pelo referido veículo, quais os sub temas suscitados e categorizar essas pautas. Através da metodologia descrita por Duarte (2006), será possível compreender as relações institucionais e sociais implicadas nos recortes das matérias e escolhas das pautas, assim, analisar as práticas jornalísticas no Rio Grande do Norte.

PALAVRAS-CHAVE

Cinema; cobertura jornalística; Oscar; Tribuna do Norte; Comunicação.

CORPO DO TEXTO

O presente artigo analisa a cobertura de cinema do Portal Tribuna do Norte, jornal de alcance estadual no Rio Grande do Norte com sede na cidade de Natal, durante o mês de março. É importante frisar que a Tribuna do Norte é por base um jornal de cultura impressa, contudo neste artigo serão analisados apenas os conteúdos online do referido veículo, ou seja, do site, não levando em consideração redes sociais. Além disso, o mês de março foi escolhido, pois se trata do período em que ocorre a cerimônia das premiações por mérito anuais da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Los Angeles, ou mais comumente chamada de Oscar; cujo o filme vencedor na categoria de melhor filme internacional foi a produção brasileira “Ainda Estou Aqui”, do diretor Walter Salles.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Cinema e Audiovisual e Interdisciplinaridade, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025

² Graduanda do curso de Jornalismo na UFRN, email: victoria.braga.065@ufrn.edu.br

³ Docente de graduação e doutora na UFRN, email: valquiria.kneipp@ufrn.br

A presente análise é conduzida através de estudo de caso (Duarte, 2006) que levou em consideração as publicações com temática voltada para cinema durante o mês de março no site do Jornal Tribuna do Norte. Foram cerca de 33 matérias publicadas, envolvendo ou não as premiações do Oscar, que são analisadas e seus conteúdos categorizados, com a finalidade de compreender que tipo de conteúdo relacionado à sétima arte é veiculado pelo Jornal Tribuna do Norte e por quê.

O objeto empírico do artigo se trata justamente dos produtos jornalísticos contidos na plataforma do referido jornal, datados do mês de março e que se encontram com temática voltada para cinema, sejam matérias que tratem do Oscar, lançamento de filmes, análise ou crítica de filme, projetos locais, regionais, nacionais ou internacionais que envolvam cinema; investimentos, fomentos e incentivos; dentre outras formas de conteúdo que possa abordar a temática do universo cinematográfico.

O objetivo do artigo é analisar os fatores sociais institucionais que implicam nas coberturas de cinema feitas pelo Jornal Tribuna do Norte durante o mês de março de 2025. Essa compreensão se dá através de análise do conteúdo das matérias que cumprem os requisitos da pesquisa, identificar as relações institucionais contidas no produto, reconhecer a importância desse tipo de cobertura para o contexto social e os fenômenos que levaram a atenção do jornal àqueles recortes sobre a pauta cinematográfica.

O mês de março foi escolhido como recorte temporal da pesquisa, pois é o mês em que ocorre a cerimônia de premiação do Oscar, um dos eventos mais importantes da indústria cinematográfica que realiza premiações cobiçadas mundialmente (Cruz, 2024). Desde 1929, a Academia premia filmes americanos e internacionais e é reconhecida por ser um prêmio de mérito à excelência técnica e artística das produções (Oscar, 2025). Atualmente o júri da honraria é composto por quase dez mil membros, cujo pouco mais da metade são estrangeiros (Vilela, 2025).

No mesmo período, outras premiações para a indústria cinematográfica também ocorrem, por isso, é um mês onde se espera ter uma atenção, neste caso, o que nos interessa, dos veículos jornalísticos com esse setor. Além do mais, é um mercado de grande relevância para a agenda programática jornalística (Wolf, 2005), tanto pela implicação cultural que infere diretamente na qualidade de vida dos indivíduos sociais,

quanto pela movimentação econômica que gira na casa dos bilhões anualmente (Vilela, 2025).

O jornal Tribuna do Norte foi escolhido para realizar a presente pesquisa, pois se trata, atualmente, do mais antigo - desde 1950 - e mais consumido veículo de notícias do estado do Rio Grande do Norte (Tribuna do Norte, 2025). Já o portal online da Tribuna do Norte, veículo de interesse deste artigo, opera desde 1997, de lá para cá se reinventa e se adequa às demandas virtuais jornalísticas. Segundo o press kit do referido jornal (2025), o portal online somou mais 10 milhões de leitores de 2024 para 2025, portanto exerce influência no contexto do RN para basear o objeto de análise do artigo.

Em uma perspectiva mais ampla, a pertinência deste artigo se refere no que tange os valores-notícia do newsmaking. Para Wolf (2005, p. 207), “os valores-notícia derivam de admissões implícitas ou de considerações relativas a: os caracteres substantivos das notícias (o seu conteúdo); a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; o público; a concorrência”. Nesse sentido, durante o mês de março, por ser o mês da premiação do Oscar, esperasse grande disponibilidade de material.

O estudo de caso consiste em uma metodologia de pesquisa que visa contribuir para “a compreensão dos fenômenos sociais complexos, sejam individuais, organizacionais ou sociais” (Duarte, 2006, p. 234). Para este artigo é realizada observação direta sobre os conteúdos presentes no site da Tribuna do Norte e categorização desses conteúdos para a compreensão da implicação institucional dessas informações.

O artigo se desenrola sobre a relação das pautas cinematográficas, que no momento se tratam de assuntos mais progressistas, com, por outro lado, o veículo em questão que é conhecido por ter um posicionamento conservador e inclusive enviesado. Contudo, poderemos averiguar a amplitude das pautas em torno do tema cinema, a 7ª arte, e a sua relevância para o jornalismo do Rio Grande do Norte.

Através de quadro onde foram pautadas as trinta e três matérias jornalísticas, envolvendo a temática de cinema, no portal Tribuna do Norte durante o mês de março, desenvolveu-se temáticas gerais para englobar o conteúdo dos produtos jornalísticos. Foram identificadas as categorias: Óscar, Políticas Públicas, Pesquisa, Iniciativas,

Colunas, Merchandising e Notícia. Portanto, sete categorias constatadas que englobam as trinta e três matérias.

Do total das 33 matérias com temática envolvendo cinema, 11 foram vinculadas à categoria ‘Óscar’, 5 foram da categoria ‘Políticas Públicas’, 1 foi categorizada em ‘pesquisa’, 3 foram categorizadas em ‘Iniciativas’, 8 foram categorizadas em ‘Colunas’, 1 foi categorizada em ‘Merchandising’; e 4 foram categorizadas em Notícia.

Os requisitos utilizados para associar as matérias a cada categoria foram:

Quadro 1: Categorias Identificadas

Categoria	Definição	Exemplo
Oscar	Matérias que envolvem a cobertura direta da premiação do Oscar ou com figuras, objetos e situações que envolvem a premiação.	moda no tapete do Oscar, situação com diretor vencedor em categoria, etc.
Políticas públicas	Iniciativas de governos locais, regionais ou nacionais voltadas para situações que envolvem cinema.	criação de museus, datas comemorativas, investimentos e fomentos, etc.
Pesquisa	Iniciativa no campo da pesquisa sobre consumo em cinema.	Pesquisa de personalidade, de mercado, etc.
Iniciativas	Ofertas de desenvolvimento no campo da indústria cinematográfica.	Ofertas de desenvolvimento no campo da indústria cinematográfica. Exemplo: oferta de oficinas, chamadas para festivais, etc.
Colunas	Conteúdos que abordam a temática do cinema de maneira mais ampla.	Opiniões (até mesmo políticas), contextos em que se aborda a história do cinema local, curiosidades, etc.
Merchandising	Categoria que implica campanha de publicidade promovendo promoção em cinemas.	Promoções em rede de salas de cinema, etc.
Notícia	Categoria que envolve notícias mais amplas sobre a indústria cinematográfica e instituições relacionadas.	No futebol, na literatura, vida de atores e atrizes, e etc.

Elaborado pela autora

Constata-se que a categoria que mais se destacou foi a de temática envolvendo a cobertura do Oscar ou personagens e situações da premiação, representando 33,33% dessas matérias no período de março. Esse fenômeno já era esperado, justamente, por se tratar do mês em que ocorre a cerimônia de premiação do referido evento, além de ter um filme brasileiro concorrendo em três categorias e vencedor em uma categoria. Em

seguida, as categorias mais citadas são as colunas(24,24%) e políticas públicas(15,15%).

No geral, as colunas apresentam elucubrações idiossincráticas dos colunistas, por vezes citando algum fato histórico, de cunho curioso sobre produções de cinema ou memórias pessoais com obras cinematográficas. Na categoria também foi constatada a utilização da temática do cinema para fazer críticas a grupos políticos e até mesmo expressar opiniões de valores positivos ou negativos. Já na categoria políticas públicas, a premiação do Oscar se revela referência para iniciativas públicas.

Além do mais, outras tabelas relacionadas aos meses de janeiro, fevereiro e abril foram desenvolvidas com a finalidade de comparar os dados com a tabela do mês de março, mês em que ocorre a premiação do Oscar. Em janeiro foram registradas um total de 24 matérias, em fevereiro também foram 24 matérias e em abril (até o dia 22/04) foram registradas 11 matérias. Ou seja, os dois primeiros meses do ano apresentaram redução de 27,27% em relação ao mês de março e o mês seguinte apresentaram menos matérias do que o mês em que aconteceu a premiação do Oscar - até o dia contado do mês de abril, os meses de janeiro e fevereiro já haviam mais matérias sobre cinema publicadas. Apesar disso, nos meses de janeiro e fevereiro também estiveram presentes conteúdos relacionados a premiação do Oscar com expectativa no filme brasileiro concorrente.

Do total de 24 matérias em janeiro, 8 se relacionam com a premiação do Oscar, 1 na categoria 'Iniciativa', 3 na categoria 'Colunas', 1 na categoria 'Premiações', 3 na categoria 'Globo de Ouro', 2 na categoria 'Programação', 1 na categoria 'Evento', 1 na categoria 'Bafta', 2 na categoria 'Notícia', 1 na categoria 'Políticas públicas' e 1 na categoria 'Satellite Awards'. Já em fevereiro, do total de 24 matérias relacionadas a temática cinema, 8 foram da categoria 'coluna', 2 da categoria 'Oscar', 1 na categoria 'Merchandising', 1 na categoria 'Evento', 5 na categoria 'Políticas públicas', 1 na categoria 'PGA Awards', 5 na categoria 'Notícia' e 1 na categoria 'Iniciativas'.

Apesar da constatação de que a atenção do portal Tribuna do Norte se voltou para a indústria cinematográfica durante o mês de março principalmente pelo acontecimento de indicações e premiações que contemplara filmes brasileiros, nos meses anteriores outras premiações também foram realizadas, como Satellite Awards, Bafta e Globo de Ouro em janeiro; PGA Awards em fevereiro; e Cannes em abril.

Contudo, em todos esses meses a categoria de matéria que se sobressaiu foi sobre a premiação do Oscar e a indicação do filme brasileiro “Ainda Estou Aqui” em três categorias.

É relevante destacar que, no portal online de um dos maiores jornais do estado, não há relevância de matérias que promovam a 7ª arte e que incentivem o público ao consumo, como, por exemplo, matérias sobre a programação dos cinemas locais ou de cunho crítico - análise fílmica, análise crítica, análise histórica, econômica, etc. Apesar disso, identificou-se na pesquisa que a premiação e indicação do filme brasileiro teve presença relevante na agenda jornalística do referido portal durante o mês de março, além das relações institucionais públicas e privadas que também voltaram a atenção para a indústria cinematográfica.

REFERÊNCIAS

CRUZ, João Cândido. A influência do Oscar na indústria cinematográfica. **UFRJ Consulting Club**, Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://www.consultingclub.com.br/post/a-influ%C3%Aancia-do-oscar-na-ind%C3%BAstria-cinematogr%C3%A1fica>. Acesso em: 19 abr. 2024.

DUARTE, Márcia. Estudo de Caso. In DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo, 2006, p. 215-234. Disponível em: [https://evirtual.upra.ao/examples/biblioteca/content/files/com_jorge%20duarte%20&%20antonio%20barros%20-%20metodos%20e%20tecnicas%20de%20pesquisa%20em%20comunicacao%20\(2005\).pdf](https://evirtual.upra.ao/examples/biblioteca/content/files/com_jorge%20duarte%20&%20antonio%20barros%20-%20metodos%20e%20tecnicas%20de%20pesquisa%20em%20comunicacao%20(2005).pdf). Acesso em: 12 abr. 2025.

OSCAR. **Site do Oscar**, 2025. Site oficial da premiação da Academia de Artes e Ciências Cinematográficas de Los Angeles. Disponível em: <https://www.oscars.org/oscars>. Acesso em: 12 abr. 2025.

TRIBUNA DO NORTE. Mídia Kit Geral. **Tribuna do Norte**, 2025. Disponível em: https://tribunadonorte.com.br/midia_kit_geral_2025.pdf. Acesso em: 19 abr. 2025.

VILELA, Luiza. Quem é a Academia do Oscar? Conheça quem vota na maior premiação do cinema. **Exame**, São Paulo, 23 fev. 2025. Disponível em: <https://exame.com/pop/quem-e-a-academia-do-oscar-conheca-quem-vota-na-maior-premiacao-do-cinema/>. Acesso em: 12 abr. 2025.

WOLF, Mauro. **Teorias das Comunicações de Massa**. 2ª Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2005.