

# Departamento morte: uma investigação da rotina produtiva da seção Obituário da Gazeta do Povo

Kênia Carvalho  
Maura Martins

## Resumo:

O presente artigo de pesquisa visa observar de que forma se dá a produção dos perfis na seção Obituário da Gazeta do Povo. O propósito da análise é investigar critérios de noticiabilidade do segmento e iniciar uma discussão a respeito do processo de triagem na escolha dos perfilados, a fim de ficarem com o padrão desejado pelo periódico. Visando identificar as rotinas produtivas da seção, entender suas especificidades e conceitualizar sua temática, optou-se por realizar uma averiguação histórica do objeto de pesquisa, características específicas e introdução da seção no veículo em questão. Como estratégia de embasamento dos valores-notícias, optou-se por realizar uma consulta de campo em 23 publicações da seção. Como forma de investigação, o estudo aplicará no objeto de análise a observação da rotina produtiva da seção por meio da metodologia etnográfica; e por fim, apresentar o processo de seleção dos textos e como se dá o relacionamento repórter e triagem dos perfilados.

**Palavras-chave:** obituário; Gazeta do Povo; rotina produtiva, valores-notícias, seção.

## Abstract:

Obituary of Gazeta do Povo. The purpose of the analysis is to investigate newsworthiness criteria segment and initiate a discussion about the screening process in the choice of profiles, in order to be with the standard desired by the journal. To identify the productive routines section , understand their specificities and conceptualize your theme, it was decided to conduct a historical investigation of the research object , specific features and introducing the section in the vehicle. As foundation strategy of news values , it was decided to conduct a field of consultation in 23 publications section. As a way of research , the study applies the analysis object the observation of the production routine section through ethnographic methodology ; and finally , present the selection process of texts and how is the relationship reporter and screening profiles.

**Keywords:** obituary; Gazeta do Povo ; productive routine, values - news section .

## **Introdução**

Este projeto de pesquisa tem como principal interesse compreender o processo de elaboração e desenvolvimento da seção de Obituário da Gazeta do Povo. A realização deste estudo visa transmitir o cotidiano produtivo e particularidades que o obituário do veículo possui. O trabalho irá averiguar a rotina jornalística que gera o conteúdo, esclarecer o funcionamento da mídia, esboçar como o âmbito cultural da representação da sociedade se explica dentro do gênero e identificar os elementos de construção de perfilados. A escolha pelo tema do referido trabalho inicializou-se devido ao interesse pelo gênero e suas particularidades. Uma seção que cumpre o papel de contar uma história, e é disto que trata o jornalismo, parece justo escolher propalar sua construção e desenvolvimento, além de realizar uma análise apropriada da metodologia processual e estética.

## **Método**

Para delimitar o problema, o ponto de partida do estudo foi traçado a partir dos conceitos: a morte no jornalismo; obituários e o obituário na Gazeta do Povo. Seguido de uma fundamentação teórica com a seguinte categorização: rotinas produtivas no jornalismo; valores-notícias; resultado da triagem de valores-notícias e a etnografia como forma de entender as rotinas produtivas do obituário.

A pesquisa bibliográfica e a reunião dos autores que sustentam a pesquisa e diagnóstico se deram através de recomendações de estudo e leitura, oriundos da orientadora do projeto e docentes da instituição, além de consultas voluntárias em artigos acadêmicos e dissertações já realizadas.

A pesquisa de campo foi realizada no acervo do setor de periódicos, da Biblioteca Pública do Paraná. Tendo em vista que os textos são publicados semanalmente, a condição para o recorte de tempo escolhido para o estudo foi de seis meses consecutivos. Optou-se por realizar uma análise de textos publicados entre os meses de junho de 2015 e fevereiro de 2016 (total de 23 textos).

## Revisão de Literatura

### A morte no jornalismo

A morte é um dos valores-notícia fundamentais para o jornalismo, destaca TRAQUINA (2005), “onde há morte, há jornalistas” (id, p. 79). A morte não é banida pelo jornalismo, e ela aparece em diferentes condições nos jornais. Tanto pode ser parte de uma notícia (ou mesmo a notícia em si) quanto um simples anúncio fúnebre.

Ao falar de morte, os jornais reforçam que ela acontece todos os dias, que faz parte da vida e que é algo comum. Os jornais vão além do fato da morte, somente, mas utilizam o acontecimento como razão para abordagem de diferentes questões sociais (TAVARES, 2012).

Dizia-se que as sepulturas eram a ponta final do processo que era o funeral. Para o falecido, o ceremonial fúnebre assinalava a transmutação de estado, mas, para os vivos apontava uma etapa perturbadora de contato com sua limitação. Desta maneira, os ritos lutoosos acabam sendo mais espantosos que a própria morte (MORIN apud ENGSTER, 2016, p. 19). No entanto, a presença da morte nos noticiários presta como uma forma de alívio para os vivos, pois, ao saber que outro morreu, reconheço-me vivo (VAZ, 2012).

Ao fornecer narrativas povoadas de mortos e agonizantes, continuada e reiteradamente a imprensa nos fornece farto material com o qual podemos proteger o nosso lugar (...) Eles serão sempre os outros, não eu, leitor (id, p. 46).

Entre o sofrimento e a tentativa de naturalização, evitar falar da morte, é não pensar na vida. Para Leal (2012), não é da morte que o jornalismo fala, mas sim dos episódios relacionados a ela.

Os meios de comunicação podem levar a morte até a casa do público, mesmo que ela seja proibida nesse ambiente. Eles são capazes de fazer com que o óbito se torne público e construir o imaginário sobre ele. Mostrando como devem ser os rituais diante do fim, os lugares de preservação da lembrança e os aspectos que devem ser levados em consideração em relação à finitude (NEGRINI, 2016, p. 49).

## **Obituários – a morte celebrada no jornalismo**

Em seu Dicionário Etimológico da Língua Portuguesa, Cunha (1986, p. 554), categoriza o surgimento da palavra obituário pontualmente nos Oitocentos (período de 1800 a 1899). Uma seção que se dedica exclusivamente a falar de pessoas. É quando nos dedicamos a conhecer alguém, mesmo que seja após sua morte.

Na nossa tradição católica e latina, a morte é vivida como silêncio e dor. Você pode ter a dor da perda, mas isso não impede que você possa também celebrar os fatos importantes relacionados à vida de uma pessoa (COSTA, 2008, s/p).

Possivelmente, por relacionar a perda de alguém a um sofrimento, os brasileiros não possuem uma afinidade com a morte, da mesma maneira que os europeus e norte-americanos. Como o obituário não é praxe no Brasil, muitos ainda pode estranhar sua real função (SCARPIN, 2008, p.2).

Criado na Inglaterra, o obituário recebeu alguns aperfeiçoamentos nos Estados Unidos. Na década de 1960 ele foi reestruturado, herdou uma narrativa literária, passando a exaltar a vida e o regozijo, e não mais associado à melancolia da morte. Foi em meados de 2000 que o modelo literário chegou ao Brasil através da Folha de São Paulo (SILVA A., 2016, s/p).

Dentre as perspectivas históricas e a pesquisa sobre as atitudes diante da morte, é possível observar que a recordação pública sempre foi de crucial relevância em diferentes pontos e tempos culturais. Monarcas, soberanos, burgueses, importantes figuras religiosas e destemidos heróis de guerra foram os primeiros a serem lembrados por seus legados e suas imposições diante de uma cultura, como uma forma de registrar um passado notório (VOLVELLE, 1997).

O obituário narra histórias de pessoas que faleceram, em geral, uma forma de respeitar as memórias das figuras atraentes, curiosas e relevantes de uma sociedade. Ele faz com que o leitor sinta vontade de conhecer a trajetória de vida daquele indivíduo. Um texto cujas características se aproximam do chamado jornalismo literário, pois utilizam figuras de linguagem e outros atalhos literários para retratar as trajetórias de vida dos personagens.

Um texto jornalístico que necessita tanto dos mortos quanto dos vivos para ser elaborado, um verdadeiro processo entre o passado e futuro. Obituário é uma minibiografia, publicada diariamente em jornais, após a morte de um indivíduo e expressa o que há de mais singular durante sua existência.

É importante ressaltar que o obituário é diferente da nota de falecimento, considerando que a nota pode ser paga e manifesta-se de modo resumido sobre a vida do falecido. E tampouco com a ferramenta dificilmente utilizada nos dias de hoje, os necrológios<sup>1</sup>. Segundo mapeamento teórico, o obituário encontra-se nos gêneros utilitários ou prestadores de serviços de um veículo (MELO, 2016).

O obituário detalha a vida de um personagem e rastreia suas maiores virtudes. Ele carrega diversos aspectos da vida de um sujeito e resume em partes o que o representa como: o que o indivíduo era, e aquilo que considerava importante para ele.

### **Obituário na Gazeta do Povo**

Criado pelos advogados Benjamin Lins e Oscar Joseph de Plácido e Silva, a primeira edição do jornal saiu em três de fevereiro de 1919. Trazendo notas a respeito da cidade, estado e país. A Editora Gazeta do Povo Ltda., constituinte da Rede Paranaense de Comunicação (RPC) surgiu a partir de uma série de debates realizados no escritório de Benjamin Lins, estabelecido na Rua Doutor Muricy. A mudança para a Praça Carlos Gomes, atual sede do veículo, aconteceu em 27 de janeiro de 1951.

A Rede Paranaense de Comunicação é o maior grupo de comunicação do Estado do Paraná. Constituída por 13 diferentes empresas, detém a liderança nos quatro segmentos de mídia em que atua: rádio, televisão, jornal e internet. Até meados do ano 2000, existiam somente 11 empreendimentos autônomos e isolados em propriedade de duas famílias (CCI, in Coraiola, 2016, p. 108).

O veículo nasceu com a finalidade de ser um espaço para difusão e afirmação dos interesses do povo paranaense. O próximo parágrafo traz as primeiras palavras da edição inaugural do jornal, que circulou em Curitiba no dia 3 de fevereiro de 1919.

Este jornal, como já o declarou seu editor em boletim profusamente distribuído, é um jornal imparcial. Destina-se à defesa dos interesses gerais da sociedade, a chamar a atenção de todos e de cada um para os assuntos que, diretamente, nos interessam (in Fernandes e Santos, 2010).

---

<sup>1</sup> Necrológios é um recurso utilizado basicamente para informar o falecimento de uma pessoa e podem trazer declarações do tipo “foi um ótimo pai”, por exemplo.

A Gazeta enfrentou a tensão da Segunda Guerra e a pressão do Estado Novo, e em menos de duas décadas de operação, o jornal, já consolidado, seguia a registrar informações diariamente. Em 2010, com cerca de 870 colaboradores o impresso ganhou o prêmio Esso, o mais significativo do jornalismo brasileiro (id, p. 217). Com o decorrer dos anos, o veículo se transforma e acompanha as modernas modificações do meio.

Atualmente, no Paraná, é a empresa líder no segmento jornal impresso e não conta com concorrentes diretos fortes. O jornal detém em torno de 80% do mercado de leitores das classes A e B em Curitiba e é o maior em circulação no estado do Paraná, com volume total próximo a 330.000 exemplares semanais no último semestre de 2005, sendo 230.000 vendidos na capital, 30.000 na Região Metropolitana de Curitiba e 65.000 no interior do Estado e os demais distribuídos a outras localidades do País. Há 11 anos, o jornal vem dominando o primeiro lugar em todas as edições do *Top of Mind*<sup>2</sup>, desde o início da pesquisa, na categoria de jornal mais lembrado do Paraná (CORAIOLA, 2016, p. 108).

No ano de 1923, na sede do jornal, endereço que permanecem até hoje, na parede externa do imóvel havia uma pedra de mármore conhecida como “pedra da Gazeta”. No local, a qualquer hora do dia, as pessoas podiam ler os mais recentes acontecimentos, inclusive as notas de falecimento dos moradores da capital (OLIVEIRA, 2016, p. 90). Até o presente levantamento de dados para a atual pesquisa, não se sabe quando a listagem de mortos chegou ao jornal impresso.

Até abril de 2008, a seção obituária do veículo era composta apenas por uma listagem de mortos, as notas de falecimento. As notas entravam superficialmente na vida do falecido, não representando sua história, nem mostrando feitos importantes, curioso e/ou interessante do indivíduo. A partir da mudança, em abril 2008, o segmento tomou novas formas e passou a implantar textos narrativos, carregados de particularidades da vida do perfilado<sup>3</sup>. Os textos passaram a ser divulgados aos

---

<sup>2</sup> *Top of Mind* é um termo em inglês utilizado na área de marketing empresarial como uma maneira de qualificar as marcas que são mais populares na mente (mind em inglês) dos consumidores.

<sup>3</sup> Informações coletada pela pesquisadora, no dia 3 de março de 2016, com a jornalista Aline Peres, repórter responsável pela produção dos primeiros textos de obituário na Gazeta do Povo.

domingos, no caderno “Serviço” do jornal, mantendo-se assim até os dias atuais, inclusive no online.

### **Rotinas produtivas no jornalismo**

Como a presente unidade de análise tem como objetivo investigar o processo de triagem dos perfilados do obituário da *Gazeta do Povo*, compreender detalhes das rotinas produtivas que contribuem para elucidação da articulação do cotidiano do veículo.

Na metodologia de produção das notícias, a formação de práticas profissionais que, em grande proporção, condicionam a rotina de jornalistas e repórteres, combina-se ainda às pressões adotadas pela ânsia da empresa. Segundo Traquina (2005) esse processo é natural. Para o autor, a adaptação do jornalista ao ritual é considerada profissionalismo. “O conhecimento de formas rotineiras de processar diferentes tipos de ‘estórias’ noticiosas permite aos repórteres trabalhar com maior eficácia” (Id, p. 193).

Assim, é preciso averiguar a pertinente liberdade que os jornalistas utilizam a seu trabalho, no centro de um plano em que dificilmente as decisões serão tomadas isoladamente. Os manuais de redação instruem os jornalistas a acompanhar a linha editorial do jornal, ajustando limites para a emancipação dos autores das notícias. Consequentemente, apesar das linhas editoriais e dos valores notícias, a rotina produtiva do veículo também pode intervir na produção do jornalista.

Cada meio e cada seção tem uma maneira de ordenar o trabalho e um acordo sobre o que supostamente o jornalista deve fazer e se espera que ele faça, assim como critérios que indicam o que é publicável, noticiável, e que formam parte de qualquer organização dos meios de comunicação (MARTINI apud MARTINS, 2003, pg. 6).

Alguns aspectos da rotina de produção jornalística influenciam claramente na definição do que vira ou não notícia nos meios de comunicação. Para se moldar às linhas editorias do veículo, um jornalista passa a decifrar as especificidades do veículo e passa a trabalhar de acordo com elas. Como evidencia Warren Breed (apud TRAQUINA, 2005), para ele o profissional passa a assimilar a rotina para qual está

trabalhando, aprende a política editorial, descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, interessado em recompensas e evitando punições.

Com todas as particularidades acima citadas, e pensando nisso, este trabalho pretende reconstituir de que forma as rotinas produtivas influenciam na triagem dos perfilados do obituário da *Gazeta do Povo*. Partindo do pressuposto, que existam critérios de distinção no processo de escolha dentro da redação.

## **Valores-notícias**

A pesquisa necessita do conceito de valores-notícias como forma de elucidação do processo de produção dos obituários, isto é, a análise pretende demonstrar de que forma os valores do veículo revela-se nos textos de obituário. Devido às características morais e culturais dos perfilados, devidamente aferidas e observadas diante do estudo em 23 textos publicados pelo jornal entre junho de 2015 e fevereiro de 2016. Características estas que configura estar incumbidas na escolha do indivíduo a ser homenageado.

Para Traquina (2005), valores-notícias são ingredientes primordiais na construção da veracidade do jornalismo e são acrescentados pelo ritual produtivo dos profissionais.

Valor-notícia se mostra importante devido à orientação de triagem que antecede a produção dos textos, a fim de ficarem com as características evidenciadas. Segundo Mauro Wolf (1985), os principais critérios de noticiabilidade de um fato são os valores-notícias.

Os jornalistas não podem obviamente, decidir sempre como devem selecionar os fatos que surgiram. Isso tornaria seu trabalho impraticável. A principal exigência é, por conseguinte, rotinizar tal tarefa, de forma a torná-la exequível e gerível. Os valores-notícias servem, exatamente para esse fim (id, 1985, p. 197).

Wolf declara que, como esses valores, o repórter alcança a resposta para os seguintes questionamentos: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (ibid, 1985, p. 194).

O comum esporadicamente é considerado notícia. Uma frase popular entre o meio jornalismo esclarece o que é recomendado e o que não deve ser transmitido: se um cachorro morde um homem, não é notícia, mas se um homem morde um cachorro, aí sim é notícia (JORGE apud MÜLLER, 2016).

José Marques de Melo (1985) acredita que os gêneros jornalísticos são determinados pelo estilo, e dependem muito de uma relação de interlocução que o jornalista deve manter com o seu público, apreendendo seus modos de expressão e suas temáticas abordadas, é evidente que a sua classificação destina-se a meios culturais pré-definido. Como se os valores-notícias desse a direção ao veículo na hora de eleger o assunto retratado. Uma espécie de itinerário para o jornalismo rastrear, inspirando o que deve ser elevado ou extraído do conteúdo. Para ser considerada notícia, uma eventualidade precisa ser incomum ou admirável.

Para Gislene Silva (2004), estudar os critérios dos valores-notícias e parâmetro de noticiabilidade, implica em trilhar os julgamentos sociais e culturais das organizações de cada setor, interferências estas, que são válidas em diferentes cargos na redação, e até mesmo na participação das fontes e do público ao qual pretende atingir. A autora ressalta que a influência dos valores-notícias são utilizados da seguinte maneira – servem como critério de seleção dos elementos a serem incluídos no produto final e funciona como termômetro para o que deve ser priorizado ou omitido. Gislene evidencia 12 circunstâncias que controla valores jornalísticos das notícias, que podem ser resumidas da seguinte forma:

- a) Proeminência – referente à pessoa de destaque ou personagem público;
- b) Raridade – incomum;
- c) Interesse nacional – referente ao governo;

- d) Interesse pessoal/econômico – algo que afeta o bolso;
- e) Injustiça – algo que provoca indignação;
- f) Catástrofes – grandes perdas de vidas ou bens;
- g) Interesse universal – acontecimentos com consequências universais;
- h) Drama – que provoca emoção;
- i) Número de pessoas afetadas – gera interesse de grande número de pessoas;
- j) Grande quantia de dinheiro – grandes somas;
- k) Descobertas/invenções – revelação de qualquer setor;
- l) Crimes/violências – assassinatos.

Às vezes, a matéria conterá diversos destes elementos provocadores de interesse, outras vezes, apenas um. Em cada caso, o elemento dominante presente nos indica qual o tipo de categoria do assunto (BOND in GISLENE, 2004, p. 101).

Podemos observar que – apesar dos valores-notícias estarem vigentes em todos os ciclos da produção jornalística, cada notícia está carregada de um caráter particular de avaliação de importância ou interesse. Os valores são algo abstrato e só ganham força quando aplicados através dos critérios relativos ao produto, meio de comunicação e ao formato a ser abordado. Veículos de comunicação se valem de valor-notícia como meio de tornar uma publicação mais atrativa, vendável comercialmente, e estas características podem ser aplicáveis também ao gênero obituário.

### **Resultado - triagem dos valores-notícias nos textos analisados**

Com o objetivo de entender de que maneira, entre inúmeros falecimentos que ocorre durante a semana, é feita a seleção do indivíduo que será evidenciado na próxima edição do jornal, foi realizada análise de 23 textos publicados pelo veículo. Partindo da ideia de que todo discurso pressupõe uma imagem daqueles que estão envolvidos no processo, como prática social, as identidades sociais representadas através dos

perfilados estão refletidos nos critérios de noticiabilidade que o jornal pretende interceptar.

De modo preliminar, é possível partir da impressão que há uma predominância de características formais dos perfilados. Notoriamente formado por indivíduos dotados de méritos eminentemente gloriosos para a sociedade. Ser um sujeito herói ligado diretamente pela analogia do leitor. Na maioria dos textos analisados, sobrevém uma contemplação dos atributos da trajetória de vida, pontuando as formações acadêmicas e profissões consideravelmente virtuosas. Os textos são compostos, basicamente, por personagens com instrução em nível superior e recebem destaque nas atuações profissionais, ou seja, grande parte deles são educadores ou médicos.

Distinguir o vínculo do gênero relacionado à manifestação social, cultural e religiosa, permite entender não somente os valores-notícias do veículo, mas também os discursos compreendidos, o conjunto de signos e significados que se referem a determinadas representações. Práticas que formam, sistematicamente, os objetos de que falam (FOUCAULT apud ABUD, 2016).

De acordo com Jauranice Cavalcanti (2006), no meio jornalístico, nada se destaca isoladamente, protegido de interferências. E com esta essência, os resultados das análises dos valores-notícias de construção atestam a hipótese de que a escolha do perfilado não é feita ao acaso, buscam, na maioria das vezes, indivíduos com notáveis confiabilidades sociais.

### **Etnografia como forma de entender as rotinas produtivas do obituário**

A partir da suspeita de distinção entre a escolha dos indivíduos perfilados pelo veículo, a meta proposta pela pesquisa se encaixa nos parâmetros de estudo de povos e culturas, proposta que acopla à essência etnográfica. Nesse sentido, será feito um breve apanhado de teorias sobre o trabalho de campo da etnografia no jornalismo.

O trabalho de campo etnográfico é um método especialmente aberto para a representação do cotidiano. O reconhecimento participante exige que seus praticantes experimentem fisicamente a tarefa de interpretar um corpo social, procurando compreender suas expressões, sistemas e símbolos. A Teoria etnográfica faz o

pesquisador ver com outros olhos a diversidade cultural e linguística. O termo *etno* designa cultura. O conceito é uma descrição densa de uma determinada cultura, feito a partir de um trabalho de campo, cuja observação participante é a principal característica. Lago e Benetti (2008, p. 234), ressaltam a importância da observação participante nas pesquisas práticas sobre a relação dos emissores.

Na falta de um conceito mais efetivo para darmos da observação participante no dia-a-dia das redações propomos a noção provisória do etnojornalismo, observação sobre práticas jornalísticas que resultam num produto chamado notícia (Id, 2008, p. 234).

A etnografia é hoje empregada na compreensão das especificidades culturais de grupos de nossa própria sociedade. Em pesquisa etnográfica, o observador vai até o local de produção, permanece durante um período de tempo, analisando como os profissionais do jornalismo aplica sua atividade, para assimilar como se dá o processo de produção das notícias. Isso permite reconhecer as rotinas como parte central do processo. Eduardo Fernandes (2002) acredita que a melhor maneira para estudar um grupo é submeter-se aos choques culturais do determinado local. Para o autor, é preciso usar seus “próprios corpos e mentes como um laboratório”.

O trabalho do jornalista Gonzo termina quando ele conta uma boa história. O do etnólogo apenas começa aí. Ele tenta interpretar a pesquisa de campo. E geralmente isso leva a questionar a ciência, o modo ocidental de viver, os valores e a filosofia. Passa-se da etnografia para a etnologia (FERNANDES in COSTA; BATISTA; GOMES, 2016, p. 57).

Segundo Felipe Pena (2016), para perceber além, é necessário ver com olhos do outro. Vivemos da nossa própria cultura, nossos estilos, nosso vocabulário, costumes, princípios e conduta, e esses elementos não podem servir como base de conduta para estudar a coletividade. Como pode um profissional perceber a cultura, o rito e mito das diversas sociedades se é cego para o polissêmico e surdo para o polifônico (PENA, 2016, s/p).

Do ponto de vista etnográfico do jornalismo, faz sentido pensar que os profissionais da área formaram, ao longo dos anos, uma cultura técnica, que Nelson Traquina (2005) chama de tribo jornalística, uma vez que, “não é possível compreender as notícias sem uma absorção da cultura dos profissionais que dedicam suas horas e, às

vezes, suas vidas, a esta atividade" (Id, 2005, p. 14). O autor destaca que a formação dessa tribo jornalística, ajustada por profissionais que repartem uma cultura profissional, acaba fazendo com que isso se revele na forma similar com que todos os jornalistas propagam as notícias. Como uma consequência de pensamentos comuns de um grupo.

## Considerações Finais

Ao proceder a pesquisa pode notar que as principais características do personagem começam a ser destacadas a partir do título do texto. A caracterização e destaque das profissões dão indícios do grupo social representados entre os homenageados. Esquadrinha-se que em grande maioria dos textos são de indivíduos com grau superior de escolaridade.

É interessante ressaltar que os textos são conduzidos por um discurso altamente parcial, regidos por recursos literários para contar histórias, se isentando de críticas e expressando, exclusivamente, apenas o que há de mais singular do personagem em evidência.

O desfecho das análises dos valores-notícias evidencia a possibilidade de que a escolha pelo perfilado busca, sempre que possível, personagens com importantes méritos ou confiabilidades sociais.

## Referências bibliográficas

ABUD, Cristiane de C. Ramos. **Até que a morte nos separe:** relações de gênero em anúncios de Obituários do Jornal Diário Catarinense de 2014. Monografia. Disponível em: <[http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1423942399\\_ARQUIVO\\_Cris.pdf](http://www.snh2015.anpuh.org/resources/anais/39/1423942399_ARQUIVO_Cris.pdf)>. Acesso em 10 maio 2016.

CAVALCANTI, Jauranice Rodrigues. **No “mundo dos jornalistas”:** interdiscursividade, identidade, ethos e gêneros. Tese (Programa de Pós Graduação em Linguística). Unicamp, 2006.

CORAIOLA, Diego Maganotto. **Agência e discurso no processo de mudança de projeto gráfico do jornal Gazeta do Povo.** Dissertação. Disponível em: <[http://www.academia.edu/2323409/Ag%C3%A3ncia\\_e\\_discurso\\_no\\_processo\\_de\\_mudan%C3%A7a\\_de\\_projeto\\_gr%C3%A1fico\\_do\\_jornal\\_Gazeta\\_do\\_Povo.\\_Curitiba\\_2006](http://www.academia.edu/2323409/Ag%C3%A3ncia_e_discurso_no_processo_de_mudan%C3%A7a_de_projeto_gr%C3%A1fico_do_jornal_Gazeta_do_Povo._Curitiba_2006)>. Acesso em: 20 fev 2016.

COSTA, Luciano Martins. Entrevista/Matinas Suzuki Jr.: **Reportagem + biografia + arte = obituário**. Observatório da imprensa. 19 de fevereiro de 2008. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=473FDS001>>. Acesso em: 2 mar. 2016.

CUNHA, Antonio Geraldo da. **Dicionário etimológico da língua portuguesa**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

ENGSTER, Ariel. **A Vida dos Mortos**: construção de personagem nos obituários do The New York Times. Monografia. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/111776/000952777.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 6 abr 2016.

FERNANDES, Eduardo. **Gonzologia** - Gonzo pode dar mais ao mundo do que somente jornalismo? Eduf.com, 2002. Disponível em: <[www.eduf.com.br/gonzo.php?Tid=35](http://www.eduf.com.br/gonzo.php?Tid=35)>. Acesso em 1 maio 2016.

LAGO, Cláudia. **Antropologia e jornalismo**: uma questão de método. (In) BENETTI, Marcia; LAGO, Cláudia (org). Metodologia de pesquisa em jornalismo. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

Martins, Maura. **Rotinas jornalísticas em um trabalho autoral**. Cadernos de Comunicação da UniBrasil. Nº4. Disponível em: <<http://apps.unibrasil.com.br/revista/index.php/comunicacao/article/view/65>>. Acesso em 30 abr 2016.

MELO, José Marques. **Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística**: um estudo do jornal "Folha de São Paulo e da Revista "Veja". São Paulo: Universidade Metodista. Disponível em: <[www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b43f21945b991b4e99923bee1b2e5d7c.PDF](http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b43f21945b991b4e99923bee1b2e5d7c.PDF)>. Acesso em: 5 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MÜLLER, Felipe. **Você no G1**: uma análise da notícia no webjornalismo participativo. Monografia. Disponível em: <[http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3662/1/2011\\_FelipeBarjaMuller.pdf](http://bdm.unb.br/bitstream/10483/3662/1/2011_FelipeBarjaMuller.pdf)>. Acesso em: 20 maio 2016.

NEGRINI, Michele. **A morte em horário nobre**: a espetacularização da notícia no teijornalismo brasileiro. 2010. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em:

<[http://tde.pucrs.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2588](http://tde.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2588)>. Acesso em: 30 mar. 2016.

OLIVEIRA, Elza Aparecida Filha de. **Apontamentos sobre a história de dois jornais curitibanos**: "Gazeta do Povo" e "O Estado do Paraná" Disponível em: <[file:///C:/Users/User/Downloads/19-76-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/19-76-1-PB%20(1).pdf)>. Acesso em: 25 mar 2016.

PENA, Felipe. **Teoria Etnográfica**: teoria do jornalismo de pesquisa. Artigo científico. Disponível em: <<http://literacomunicq.blogspot.com.br/2010/04/teoria-etnografica.html>>. Acesso em: 30 mai 2016.

SCARPIN, Paula. **A logística de fazer um morto.** Revista Piauí, São Paulo, n.17, fev. 2008. Disponível em: <http://revistapiaui.estadao.com.br/materia/a-logistica-de-fazer-um-morto/>. Acesso em: 2 abril 2015.

SILVA, André Kainan dos Santos. **Obituário contemporâneo:** vulgarização ou celebração da vida? Monografia. Trabalho de Conclusão do Curso Comunicação Social Jornalismo. UniCeub. Brasília, 2009. Disponível em: <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/2056/2/20561944.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2016.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** Artigo científico. Disponível em: <<http://revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5931/5402>>. Acesso em: 15 maio 2016

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. **Jornalismo e acontecimento: diante da morte.** Florianópolis: Insultar, 2012.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo volume 1:** Porque as notícias são como são. Santa Catarina: Insular, 2005.

VAZ, Paulo Bernardo. **Jornalismo e acontecimentos.** Tese. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/111776/000952777.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 30 abr 2016.

VOVELLE, Michel. **Imagens e imaginário na história.** 1 ed. São Paulo: Ática, 1997.

WOLF, Mauro. **Teoria da comunicação.** Portugal: Editorial Presença,