

11 al 16 de noviembre de 2019 – Málaga, España

Os cemitérios e a falta de visibilidade midiática

Vitória Pereira Martins Severo ¹

Clarisse Ismério ²

Resumo: Desde a sua arquitetura até a história, os cemitérios tem muito mais a contar do que muitos pensam. As mídias servem para divulgar essa outra visão. Porém, a última morada dos vivos só é lembrada quando é para falar da morte. Ao pesquisar a palavra “cemitério” no site oficial do Jornal Minuano ou Folha do Sul, é possível notar que as matérias relacionadas são todas ligadas à morte de algum cidadão local. Em raros momentos é citado em assuntos diferentes, como é o caso do Sarau Noturno que é apresentado no cemitério e o Dia dos Finados. A falta de divulgação da mídia afeta diretamente na população, que, por pouco conhecer a história e a estrutura, só lembra de visitar o local no feriado, quando os familiares vão rezar pelos que morreram. Isso é ocasionado pela falta de conhecimento perante as possibilidades que um cemitério tem a oferecer e a mídia é a grande influenciadora no pensamento popular.

Palavras chave: Jornal; cemitério; mídia; notícia; divulgação

Abstract From their architecture to history, cemeteries have much more to tell than many people think. The media serves to spread this other view. However, the last abode of the living is remembered only when it is to speak of death. Searching for the word “cemetery” on the official website of Jornal Minuano or Folha do Sul, it is possible to notice that the related articles are all linked to the death of some local citizen. In rare moments it is cited in different subjects, as is the case of the Sarau Noturno that is presented in the cemetery and the All Souls Day. The lack of media disclosure directly affects the population, who, not knowing the history and structure, only remember to visit the place on holiday, when family members will pray for those who died. This is caused by the lack of knowledge of the possibilities that a cemetery has to offer and the media is the major influencer in popular thinking.

Keywords: Newspaper; cemetery; media; news; disclosure

¹ Acadêmica do curso de jornalismo do Centro Universitário da Região da Campanha de Bagé-RS

² Orientadora, Historiadora, Doutora em História do Brasil, professora e pesquisadora da Urcamp/Bagé/RS/Brasil.

Introdução

O jornalismo, dentre suas diversas funções sociais, configura-se no papel de formador de opiniões. Não necessariamente impondo algo, mas trazendo informações organizadas que induzem o leitor a aceitá-las e assim formar uma opinião. Com isso o jornal tem forte influência social, porque as pessoas acreditam que o que se vê na tv ou se lê no impresso é a verdade e se não está ali não é importante. As pessoas estão tão acostumadas a viver no automático que consomem o jornalismo, escolhem uma pauta para ser o assunto do seu dia e no outro já esqueceram o que se foi comentado no dia anterior. Imagine então aquilo que nem é publicado no jornal. Como é o caso dos cemitérios.

O jornalismo tem uma série de critérios para estabelecer o que é uma notícia e outra série de critérios para decidir quais notícias serão divulgadas. A partir desse princípio, o presente artigo tem como objetivo investigar o conteúdo cemiterial publicado no jornal local da cidade de Bagé, a fim de constatar a pouca visibilidade dada às necrópoles. Foi analisada a abordagem dos jornais locais sobre os cemitérios, sua história e valores. E assim provar a falta de visibilidade cemiterial e os motivos que levam o descarte deste assunto para matérias.

A pesquisa foi elaborada através de uma análise de conteúdo. Configurando-se como qualitativa e descritiva. Foram escolhidos os jornais Minuano (1994) e Folha do Sul da cidade de Bagé – Rio Grande do Sul para estudo e investigação de abordagem nas matérias cemiteriais.

O artigo foi organizado a partir da apresentação do tema central convergindo-os na pesquisa final. Primeiro temos os fundamentos das teorias do jornalismo e do valor-notícia para se entender o que é e o que determina a criação de notícia. Desta forma, apresentam-se as três teorias fundamentais do jornalismo: A Teoria do Newsmaking, a Teoria do Gatekeeper e a Teoria do Agendamento. Na segunda parte apresentam-se a visão dos jornais em relação aos cemitérios baseada na pesquisa realizada nos jornais locais da cidade de Bagé-RS. Na terceira parte são apresentadas a visão histórica-cultural do cemitério de Bagé para comprovação do conteúdo e qualidade do local. Por fim, conhecendo os motivos que formam as notícias, a abordagem dos jornais e o vasto conteúdo que o cemitério oferece já é possível fazer um discernimento de cemiterios e a falta de visibilidade midiática. Na quarta parte, então, são explicados os motivos que refletem a falta de matérias cemiteriais nas páginas dos jornais.

A formação da notícia

Jornalismo é história, é denúncia, é investigação, é fato, é notícia e muito mais. “[...] é uma representação social da realidade cotidiana produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 1996, p.185). O jornalista é o filtro entre a informação e a população. Muitas pessoas não buscam a notícia, e sim esperam a notícia chegar até elas. O jornalismo faz esse papel de levar a informação e a verdade a todos. Seja no campo através dos rádios, no apartamento através da tv, em casa através do impresso ou em qualquer lugar através da internet.

Uma breve passagem pelos jornais diários vê a vida dividida em seções que vão da sociedade, a economia, a ciência e o meio ambiente, à educação, à cultura, à arte, aos livros, aos meios, à televisão, e cobre o planeta com a divisão do mundo local, regional e nacional e internacional. (TRAQUINA, 2005, p.19)

A comunicação é a arma mais antiga usada para conquistar o poder. É através dela que os indivíduos interagem com o meio e seus integrantes e uma mensagem bem elaborada atrai a atenção de todos. Segundo Schudson (1996) um cidadão mais informado contribuirá melhor para a sociedade em que vive. A mensagem diária que o jornalismo traz não se encarrega somente de informar, dentre muitos papéis o jornalista também se encarrega de moldar. Moldar mentes, moldar pensamentos, moldar ideias ou moldar opiniões. A política é comunicação; a educação é comunicação; a religião é comunicação.

O jornalismo é o guardião da verdade. Quanto mais o jornal checar os fatos e divulgar um número expressivo de informações importantes sem erros ou equívocos, maior credibilidade ele terá e maior será seu público. Nota-se sua importância quando há quem diga que se não saiu no jornal não é verdadeiro ou não é importante. Logo, se seu público confia no seu jornal ele acredita e absorve aquilo que lê. Traquina (2005, p. 20) diz que “o principal produto do jornalismo contemporâneo, a notícia, não é ficção, isto é, os acontecimentos ou personagens das notícias não são invenção dos jornalistas”. Logo o jornal divulga as notícias sem alterar os fatos. mas a forma que a mensagem será dada pode puxar mais para um lado que para o outro, e assim, o jornalista consegue passar a informação e a sua ideia ao mesmo tempo. O leitor capta indiretamente a ideia da mensagem, e se ela for reforçada em outras matérias o leitor acaba por concordar.

O jornalismo tem uma série de critérios para caracterizar o que é uma notícia e o que é apenas informação. Informação é, nada mais que, um fato, algo que aconteceu, acontece ou acontecerá. Podendo ser ela útil ou não. Notícia é o fato relatado, é o novo, o diferente, é o que interessa a um considerável número de pessoas. O jornalista tem o papel de mediar o que é informação e o que se tornará notícia. Esta comunicação é intencional e quando bem sucedida alcança o objetivo de obter um determinado efeito (WOLF, 2001, p. 30). Esse é o processo de newsmaking, ou “fazer notícia”. Conhecendo as suas características e o local que será veiculado é possível distinguir informação de notícia.

Devido ao espaço, público alvo, e outros fatores determinantes de cada empresa jornalística, nem toda notícia acaba sendo, de fato, noticiada. (WHITE, 1993, p. 43) O motivo se deve aos critérios de noticiabilidade ou valor-notícia que cada jornal carrega em sua linha

editorial, mas em geral são os mesmos para todas as mídias. Alguns como quantidade de pessoas que o acontecimento envolve, proximidade, novidade e ineditismo são critérios que serão analisados na hora de criar a pauta ou decidir a sua publicação. Também são analisadas questões como disponibilidade, atualidade, qualidade e variedade no momento de ir atrás da notícia. Este processo é chamado de Gatekeeper, ou guardião do portão. Porque o jornalista é quem determina se um fato será publicado ou ficará atrás do portão.

Por fim, temos o resultado dessas duas teorias que criam a reação do agendamento. Aquilo que o jornal publica vira assunto no cotidiano das pessoas, que acabam absorvendo as notícias e reproduzindo-as em suas conversas cotidianas. Sendo assim a mídia pauta os nossos relacionamentos nos dizendo o que pensar, falar, agir e reagir. Esta influência não é diretamente persuasiva, a organização midiática que cria uma ligação publico-empresa é o que resulta na capacitação do jornalismo em pautar a sociedade. (PENA, 2008, p.142). Esse processo é chamado de agenda- setting ou agendamento. Essa teoria sugere que os meios de comunicação agendam nossas conversas.

Newsmaking

A notícia é o produto do jornalismo. Como toda empresa, as grandes mídias visam melhorar seu produto e atrair os clientes oferecendo a melhor qualidade. Para isso o jornalismo tem uma serie de critérios para caracterizar o que é uma noticia e o que é apenas informação. Devido ao excesso de fatos no cotidiano, o jornalismo precisa filtrar esses acontecimentos para decidir qual deles será pautado. Através dessa seleção, então, será mais fácil trabalhar em cima daqueles acontecimentos que são mais noticiáveis. Sendo assim, nem todo o fato que acontece no cotidiano será pauta na redação do jornal

A teoria do newsmaking baseia-se na ideia de que as notícias são uma construção da indústria de produção. Isso significa que há um processo de criação criticamente estudado antes de se fazer de um fato, notícia. Entende-se que o newsmaking, não se alude apenas “à cobertura de um acontecimento particular, mas ao andamento normal da cobertura informativa por períodos prolongados” (WOLF, 2001, p. 186). O jornalista faz a mediação do que se tornará notícia e o que não se tornará. Para definir esse processo o profissional deverá conhecer as características do jornal que será publicado, assim será fácil conhecer seu público e estabelecer que notícias serão mais adequadas. Os fatos não são algo previsível, logo a

mídia precisa estar preparada para lidar com a demanda e organizar a equipe, o tempo e o espaço disponível.

Mas afinal, “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (WOLF, 2001, p. 195). A seleção dos fatos para torná-los notícia segue alguns critérios. Os estudos de Mauro Wolf nos apresentam os valores notícia que, segundo ele, fazem parte de todo o processo de construção da notícia. Além deste também conhecemos a sistematização e a noticiabilidade. O valor notícia é a relação do jornalista com a matéria. Qualquer jornalista sabe diferenciar notícia de informação através de um senso comum. A sistematização é a divisão abordada pelos jornais para a pauta, reportagem e edição. Por fim, as noticiabilidades são critérios que avaliam a notícia e a mídia veiculada para decidir o que será publicado e o que não será.

O newsmaking trabalha a partir do valor notícia. Esse critério envolve o início da notícia, antes mesmo de saber se é notícia ou não. Quando o jornalista vai escolher as pautas do dia, é neste momento que entra o newsmaking. A escolha da pauta, a seleção de fontes, a redação e até a veiculação são avaliadas no valor notícia. Nem toda informação será importante para aquele jornal, considerando a situação geográfica, política, social, entre outras. Por exemplo, dizer que amanhã irá chover não passará de uma informação para os moradores da região do Rio Grande do Sul. Porém, dizer para alguém que em meses enfrenta a seca, que irá chover amanhã é uma notícia, digna, talvez até de uma reportagem sobre a situação climática. Isso se dá pelo envolvimento com o público. Notícias sobre o prefeito de qualquer outra cidade que não a do leitor, por mais importantes que sejam, não iram atrair sua atenção quanto qualquer ato do prefeito local. A escolha da fonte também é criteriosa, pois figuras importantes para o assunto devem ser sempre priorizadas, mas alguma notoriedade local ou popular para a região pode ser escolhida para atrair o público para aquela matéria. Assim é possível perceber que os valores notícia são seguidos de uma linha editorial e de uma organização jornalística (WOLF, 2001, p.192). Apesar de ser uma teoria, o newsmaking nos mostra a realidade da formação organizacional do processo seletivo e sua importância.

Gatekeeper

Em 1947, o psicólogo alemão Kurt Lewin, apresentou a teoria do Gatekeeper para explicar comportamentos no campo da psicologia. Na década de 1950, o norte-americano David

Manning White adequou o termo ao jornalismo. Ele percebeu a demanda de notícias que os jornais envolvem e analisou que nem todas eram publicadas, logo decidiu estudar quais critérios determinavam as matérias que saíam e as que ficavam para trás. Gatekeeper significa guardião do portão, desta forma, White apresenta o jornalista como o aquele que determina que notícias passarão pelo portão e serão publicadas e quais serão descartadas. Segundo o autor, os mesmos fatores que determinam qual fato se tornará notícia também determinam qual matéria será divulgada. Logo, seguindo a lógica do newsmaking, aqui também se aplicam os valores notícia e os critérios de noticiabilidade (WHITE, 1993, p. 43).

Os critérios de noticiabilidade são determinantes nessa teoria e tem o objetivo de definir quais fatos se tornarão notícia e serão veiculados e noticiados por determinado jornal (WOLF, 2001, p. 175). Dentro desses critérios está a proximidade, a novidade, o ineditismo, a notoriedade, a continuidade, o conflito, entre outros. Proximidade por exemplo. Um assassinato na cidade vizinha não será tão relevante quanto um acidente na esquina do seu João. Os moradores se comovem ou se indignam, pois já passaram naquela rua. Eles observaram que a sinalização estava ruim ou que a rua estava com buracos, talvez até tenham quase sofrido um acidente também devido às condições do lugar e isso gera uma identificação maior. Ambas são notícias, mas uma delas provocará maior impacto naquela região. A novidade e o ineditismo trazem o que todo leitor gosta de ler. O ineditismo remete ao que acontece raramente ou pela primeira vez e a novidade aborda o aquilo que acontece de novo para aquela região. Notoriedade são as figuras importantes da cidade, estado, país ou até do mundo. Matérias sobre o presidente do país, celebridades ou o Papa. Continuidade são matérias que complementam alguma notícia já divulgada, é a continuação da história ou o desenrolar dos fatos. O conflito aborda o drama, disputas ou rivalidade. Brigas, confusões e até tragédias sempre atraem a curiosidade e o interesse do leitor.

Enquanto os critérios de noticiabilidade avaliam as características para aquela notícia ser pautada em um determinado veículo ou não, existem, ainda, fatores que determinam se uma pauta irá ser realmente publicada. Público alvo, espaço e tempo são determinantes para a notícia sair em um jornal. Isso significa que mesmo depois de escrita, apurada e aprovada, uma notícia ainda pode não ser divulgada. No impresso, no rádio e na tv existe um limite de tempo e espaço para as matérias. Se jornal tiver mais notícias que o previsto, algumas irão cair fora. Os estudos de Pamela Shoemaker (2011) nos apresentam a percepção de que as decisões do âmbito jornalístico são pessoais, empresariais, institucionais. Os critérios de

noticiabilidade entram nessa parte, também, para decidir quais notícias ficarão atrás do portão. As matérias que interessam a um número maior de pessoas sempre terão privilégios sobre as outras, e é possível fazer esse discernimento a partir dos critérios de noticiabilidade relativos a cada empresa e avaliados pelo jornalista.

A teoria pôde ser derrubada com a chegada da internet. O tempo, o espaço e até o público alvo podem ser facilmente resolvidos nos sites de notícia. Diferente do impresso, rádio e televisão, que dependem de certo espaço para escrever e tempo para falar, a internet tem uma maior liberdade para tamanho de texto, fonte, imagens, áudio e vídeo. Também é possível criar editoriais, sessões e edições para determinados públicos. Porém, a teoria nos traz o entendimento para o jornalismo fora da internet, que ainda está forte e continua crescendo. Além disso, os sites de notícia precisaram seguir alguns critérios para não sobrecarregar o leitor com muitas informações. Sendo assim a teoria do gatekeeper diz que a linha editorial tem o poder sobre as matérias que serão divulgadas e as que não serão. “À medida que acontecem mudanças na esfera informativa [...] há um reajustamento e uma redefinição dos valores/notícias” (PEREIRA Jr, 2001, p.80).

Agendamento

Os meios de comunicação tem uma forte influência no que a sociedade irá falar pensar e em como irá agir. Essa influencia não se da por meio de uma manipulação direta, mas sim por um conjunto de fatores que levam a população a acreditar fortemente naquilo que lê ou assiste nos jornais. A organização midiática cria um vinculo entre o público e a empresa que fornece fatos e isso resulta no poder da mídia em pautar as conversar diárias. Aqueles que consomem notícia acreditam e consideram aquilo que sai nos jornais como o mais importante, logo, acabam por excluir aquilo que não virou matéria.

A teoria do agendamento pressupõe que os meios de comunicação pautam nossos relacionamentos. Ou seja, aquilo que foi publicado nos jornais naquele dia ou semana, será comentado entre amigos, colegas ou familiares. Os assuntos que têm maior tempo de tela ou maior destaque no impresso são mais comentados pelo público, matérias com continuidade também são mais comentadas. “Aqueles elementos enfatizados na agenda da mídia acabam tornando-se igualmente importantes para o público” (McCOMBS, 2009, p. 111). Esse efeito é consequência da influência midiática sobre as pessoas. O jornal que sabe seu poder sabe como

utilizá-lo. Quanto maior a credibilidade de um jornal, maior sua influência. Sendo assim, o jornal que se dedica a checar os fatos, buscar contrapontos à história que está contando e entrevistar boas fontes, ganhará a confiança e admiração do público.

O poder midiático não se trata de uma manipulação (PENA, 2008, p.142). Os jornais fazem o serviço de separar as matérias, que já passaram pelo processo de newsmaking e do gatekeeper e estão prontas para serem publicadas, e divulga-las. O público, por sua vez, acredita nas informações, muitas vezes sem nem checar e repassa para os conhecidos. Na atual situação midiática, onde as Fake News ganharam força, o jornalismo se torna ainda mais importante para combater as mentiras espalhadas e fazer o público desacreditar em tudo que lê. Com isso a mídia ganha força, pois ela acaba se tornando a guardiã da verdade por apresentar fatos e provas em suas matérias.

Concluindo, a teoria do agendamento diz que as notícias pautam nosso dia a dia e nossas conversas. A mídia, através de seu poder sobre a massa, seleciona as notícias e faz seu público absorver-las como mais importantes. “Os mass media são professores cuja principal estratégia de comunicação é a redundância [...] Afinal de contas, se a aprendizagem casual não produzisse resultado significativo, a vasta indústria da publicidade não existiria” (McCOMBS, 2009, p. 80)

A visão jornalística sobre os valores cimiteriais

Ao procurar matérias relacionadas aos cemitérios no site oficial e nas páginas do jornal Minuano da cidade de Bagé-Rio Grande do Sul, no período de 1º de janeiro a 30 de agosto de 2019 encontram-se somente notícias sobre a morte de algum cidadão local. Indo mais abaixo nas pesquisas encontram-se algumas matérias mais antigas descrevendo algumas visitas que o cemitério recebeu, porém não se vê mais nada além disso. Pesquisando no outro jornal de Bagé, o Folha do Sul, neste período, percebe-se que as matérias também são todas sobre a morte de alguém. Quando é para falar de cemitérios, nada além de notícias sobre falecimento preenchem as páginas de ambos jornais da cidade.

As mídias locais visam apresentar o agora, as reportagens especiais são pouco exploradas. Estas, quando realizadas, são elaboradas pelos alunos do curso de jornalismo da cidade. Sendo assim, os cemitérios são apenas citados em notícias sobre morte, que são factuais e

interessam aos leitores. Em outros casos, o jornal menciona visitas de pesquisadores que o cemitério recebe e o projeto sarau noturno que é apresentado no local, mas trazendo apenas as informações sobre o evento. Logo os jornais não apresentam em suas páginas diárias as histórias e valores do seu povo através da arte e arquitetura cemiterial.

As notícias encontradas no jornal Minuano e Folha do Sul, que citam o cemitério de Bagé, são, em sua maioria, notas de falecimento (Figura 1). O cemitério é mencionado para explicar que ali a pessoa foi sepultada e morta. Sem detalhes sobre seu túmulo, mausoléu ou jazigo. A história que o cidadão escolheu deixar em sua última morada não é descrita, tampouco a cerimônia ou de despedida dos familiares é relatada. O que a nota traz são, somente, algumas informações sobre profissão e onde residia o indivíduo.

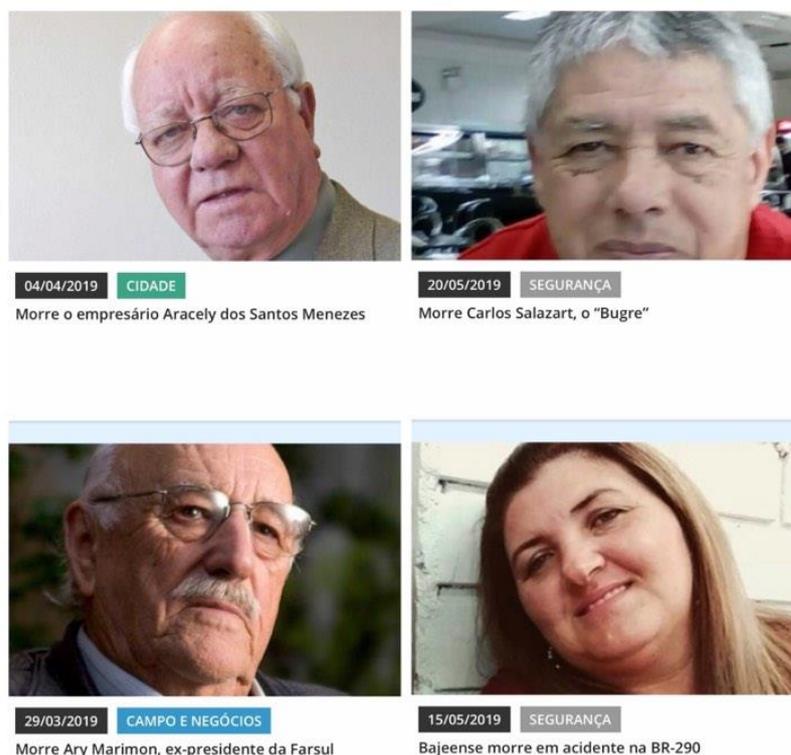


Figura 1: Algumas notas de falecimento publicadas no site do jornal Minuano de Bagé-RS

Visitações que o cemitério recebe também se tornam notícias, mas não descrevem o conteúdo cemiterial que atraiu a visita. Estas matérias relatam apenas informações básicas como data, local e hora. O sarau noturno, apresentação teatral que ocorre no cemitério da

Santa Casa de Caridade de Bagé e conta a história do patrimônio cultural e de figuras ilustres, é um evento noticiado no jornal em cada uma das suas edições. O jornal convida seu público a prestigiar, mas não oferece detalhes sobre a obra. Seus leitores, por não conhecer a importância da arte e simbolismo cemiterial, acabam não conhecendo o projeto e não visitam o cemitério em outras oportunidades. Na matéria publicada pelo jornal Minuano, no dia 06 de abril deste ano, é noticiada a visita de escritores ao cemitério. O título é “Escritores do FestFronteira conhecem a história através das lápides” (Figura 2), mas não é abordada a história cemiterial que os escritores conheceram. Na matéria é ressaltado que o cemitério está aberto a visitas, contudo, se o público não conhece o conteúdo que o cemitério tem a oferecer, não irão visitá-lo.



Figura 2: Matéria publicada no site do jornal Minuano de Bagé-RS

O jornal Folha do Sul, diferente do Minuano, sequer publica matérias sobre as visitas e apresentações que o cemitério recebe. Enquanto o Minuano procura atrair o público para as visitas ao local, mesmo que sem citar seus valores e história, o Folha do Sul sequer comenta que o cemitério está aberto a visitas. As notícias publicadas no Jornal Folha do Sul sobre cemitérios são todas factuais e abordam algum assunto ligado ao cemitério, mas nada relacionado à história, valores ou arte. A matéria com título “Santa Casa suspende cobrança para estacionamento do cemitério” (Figura 3) é um exemplo. A notícia explica que o local não irá mais cobrar estacionamento, assunto que gerou polêmica entre os bajeenses. A cobrança do estacionamento seria revertida para pagar dívidas e melhorar a estrutura do cemitério. Nenhuma das matérias sobre o tema explica a importância da preservação. O Cemitério Da Santa Casa abriga uma importante arquitetura que os moradores da cidade pouco conhecem e o jornal não divulga.



Figura 3: Matéria publicada no site do jornal Folha do Sul de Bagé-RS

A última notícia sobre o cemitério de Bagé, publicada no jornal Folha do Sul leva o título de “Cemitério da Santa Casa disponibiliza velório online” (Figura 4). Foi publicada no dia nove de agosto e explica que o local está fornecendo às famílias o serviço de velório virtual. No jornal Minuano, a última matéria publicada foi no dia 21 de agosto. O título é “Família denuncia Santa Casa por atestar morte de idosa falsamente” (Figura 5) e relata uma situação inusitada em que uma idosa teria sido velada viva. Ambas são apenas factuais e noticiam alguma informação distinta de qualquer valor ou história cemiterial.



Figura 4 e 5: Matérias publicadas no site do jornal Folha do Sul e no site do jornal Minuano de Bagé-RS

A única matéria encontrada na pesquisa dos jornais locais de Bagé que explica os valores fúnebres foi em um caderno especial realizado pelos alunos do curso de jornalismo da cidade e leva o título de “Museu a céu aberto” (Figura 6). O caderno “Coisas de Bagé” aborda atividades que são encontradas no município, e entre elas é citado o cemitério. Na matéria é explicada a história do local e ressaltada a arquitetura e a presença de figuras ilustres que o cemitério abriga. Apesar de bem detalhada, a publicação é de 6 de outubro de 2018 e com a onda de informação que se recebe todos os dias, as pessoas esquecem daquilo que não é ressaltado pelas mídias.

06/10/2018

COISAS DE BAGÉ

Museu a céu aberto



Foto: Paola Manke



Figura 6: Matéria publicada no caderno “Coisas de Bagé” no site do jornal Minuano de Bagé-RS

Os jornais retratam os cemitérios como apenas um lugar para descansar depois que morre. As matérias que citam o cemitério de Bagé, o mencionam para apontar que alguém que faleceu foi sepultado e enterrado ali. Mas esta não é uma característica apenas dos jornais locais de Bagé, quem consome o jornalismo diário, seja ele regional, estadual ou nacional, percebe que os cemitérios são citados apenas para ligar com a morte de alguém. Cada cemitério tem a sua essência e cada túmulo a sua história. Porém a última morada dos vivos não recebe visibilidade por parte daqueles que um dia descansarão ali. Sua história e seus valores não são, aparentemente, “noticiáveis”.

Além das paginas dos jornais

Os cemitérios, ao contrário do que muitos pensam, tem muito conteúdo para ser abordado nas mídias. As necrópoles vão além do que o jornal publica, elas guardam a história, os valores e a identidade daqueles que, naquele ali, tiveram sua última morada. Além disso, também trazem a memória da cidade que já passou por gerações e mais gerações que agora descansam no cemitério local. A estrutura cemiterial encanta os olhos dos visitantes que

param para observar. Os mausoléus e jazigos demonstram a individualidade de cada um de seus mortos. “Os cemitérios guardam uma parte de nosso Patrimônio Cultural e por isso podem ser considerados verdadeiros museus a céu aberto.” (ISMÉRIO, 2013, p. 1). Desde sua arquitetura até a história os cemitérios têm muito a contar e as pessoas tem muito a conhecer.

São fontes de valor inestimável, pois além de possibilitar o estudo da história das famílias tradicionais, a mobilidade social, a mentalidade local e o desenvolvimento econômico do município, evidencia que cada família ou vulto histórico escolhia a forma que pretendia ser eternizado por intermédio da opulência de seus jazigos ou mausoléus ou da releitura dos símbolos presentes no imaginário social. (ISMÉRIO, 2013, p. 14)

O Cemitério da Santa Casa de Misericórdia de Bagé abriga uma bela arquitetura cemiterial e uma impressionante arte fúnebre, seus túmulos são monumentos e carregam a memória de seu povo. O Cemitério foi construído em 1858 e foi crescendo ao longo dos anos até se tornar o que se conhece hoje. Diversas gerações encontram-se sepultadas no local, a primeira pessoa foi um senhor chamado Libindo Antônio Martins. Personalidades históricas também foram sepultadas ali, como Manoel Antônio Martins, General Antônio de Souza Netto e Visconde de Cerro Alegre.

As necrópoles permitem estudos na área de história, artes, arquitetura. “[..] nos últimos anos, observamos um aumento das pesquisas em torno dessas temáticas, seja por tentar refletir mais sobre a morte ou por tentar conhecer o passado através da arte cemiterial” (ISMÉRIO, 2017, p. 100) Quando se estuda a sua arte, a história e a arquitetura o indivíduo possibilita a si mesmo o conhecimento amplo que a área de estudos cemiteriais oferece, com seus simbolismos e crenças. Conhecer os cemitérios locais é conhecer a história de cada cidade e assim perceber a importância da preservação patrimonial.

A arte cemiterial bajeense reconstrói a figura e o culto ao herói, as representações femininas e anjos, idealizados na doutrina positivista. As figuras femininas são expressadas através das alegorias do heroísmo e do saber, a alegorias da saudade e as carpideiras. A arquitetura do cemitério da cidade é grandiosa e admirável. Há destaque para o mausoléu de Francisco Ilarregui, imigrante e comerciante espanhol. Seu jazigo é de mármore inspirado em um templo grego. As construções fúnebres no cemitério da Santa Casa de Caridade são de origem espanhola, argentina, uruguaia e italiana. O cemitério preserva a história do município de Bagé, mas pouco se fala sobre a preservação, uma vez que os túmulos são de propriedade particular.

O porquê da falta de visibilidade cemiterial nas mídias

As pesquisas voltadas a temas fúnebres não devem permanecer somente na área acadêmica. É necessária uma sociabilização com a comunidade para que se entenda a preservação da cultura e do patrimônio local (ISMÉRIO, 2017, p. 104) Um dos meios mais fáceis de uma empresa, pessoa ou organização fazer contato com a sociedade é através das mídias comunicativas. Apesar da sua vasta presença histórica, artística, arquitetônica, entre outras diversas disciplinas que os cemitérios abrangem, estes ainda são pouco explorados pela mídia. Os jornais prestam o serviço de informar, explicar, esclarecer e contar histórias. Mas porque, então, as histórias cemiterias não estão sendo contadas?

Ao conhecer as teorias do jornalismo, das quais as linhas editoriais seguem suas diretrizes, é possível compreender melhor o motivo pelo qual os cemitérios são pouco noticiados. A verdade é que não há um culpado por trás dos motivos que impedem os cemitérios de se tornarem notícias. A questão é um processo comunicacional onde as mídias precisam seguir critérios para fazer notícia e continuar seu serviço social de informar e não reproduzir fatos. O Newsmaking é o sistema que seleciona os fatos que se tornaram matéria. Uma vez que um fato gera um amplo interesse público este já pode ser considerado notícia. A questão maior é que os estudos e a capacidade de admiração da arte cemiterial são limitados a determinados grupos. Esta limitação não é relacionada a uma seleção ou exclusão de pessoas, é simplesmente o reflexo do tabu ainda existente sobre assuntos deste meio. Acontece que muitas pessoas ainda não entendem as qualidades que os cemitérios podem ter e o enxergam com preconceito. Isso acaba por limitar o newsmaking, que por perceber esta limitação do seu público, acaba por não transformar o fúnebre em notícia.

As notícias diárias são imprevisíveis, é possível que um dia seja cheio de pautas e o dia seguinte faltar assunto para as páginas ou para o tempo de tela de um jornal. Com isso, os jornalistas avaliam e selecionam suas notícias para decidir o que é publicado e o que fica engavetado ou simplesmente é descartado. Um grande evento cemiterial, como visitas ou pesquisas importantes ao local serão matérias, devido a sua importância e valor-notícia. Mas mesmo se tornando notícia, a matéria ainda pode ser barrada nas portas da redação. O gatekeeper remete a ideia de um portão e seu guardião, e este decide o que entra e o que sai. Devido ao tempo e espaço limitado, nem tudo que entra na redação acaba sendo publicado pelo jornal. Nesse momento, os critérios de noticiabilidade entram e fazem a seleção de quais fatos serão mais importantes para aquela edição. Muitas matérias cemiteriais podem acabar

ficando atrás do portão por serem menos noticiáveis que certos assuntos e mesmo quando publicadas, recebem um pequeno tempo e espaço nas mídias.

Por outro lado, o jornalismo no seu papel de agendar os assuntos diários da comunidade, ao divulgar as histórias e os valores cimiteriais estaria atraindo os olhos daqueles que não os conhecem e conquistando a atenção para esta temática. Afinal, o que o público não lê ou não vê nos noticiários, ele não comenta. Esse é o efeito do agendamento, que sugere que as pessoas tendem a reproduzir nas suas conversas cotidianas aquilo que obtiveram de informação das mídias. Se os cemitérios não forem divulgados, a comunidade não terá o que comentar sobre eles, uma vez que já estão conversando sobre aquilo que lerão os assistiram nos jornais. Notícias sobre as necrópoles só chegarem a aqueles que procurarem, por terceiros ou de alguma outra forma. Deste modo os cemitérios não obtêm muita atenção e não recebem o investimento necessário para sua preservação. Vândalos acabam depredando o local, assim como a prefeitura ou a empresa que administra o cemitério, muitas vezes, não se preocupam com sua história, arquitetura ou suas artes. “É necessário que haja uma conscientização dos grupos sociais para que vejam sua história como um bem mais precioso” (ISMÉRIO, 2017, p 104).

Considerações finais

As notícias são fruto de um amplo e detalhado estudo. As redações seguem seus critérios e atendem a necessidade de seu público. Apesar de ter história pra contar, as necrópoles acabam não sendo pauta nas mídias diárias. Os cemitérios são museus repletos de simbolismos, memórias, artes e identidades, porém são reféns dos valores-notícia que selecionam as pautas mais chamativas e de maior interesse público. Mas nem só de notícias se baseiam os jornais e é possível dar visibilidade às questões cimiteriais de outras maneiras.

Para resolver esse problema poderiam ser criadas revistas para divulgar as atividades cimiterias e disseminar o conhecimento sobre os jazigos, mausoléus e simbolismo e outras artes. Além disso, as mídias estão de portas abertas para receber matérias de alunos ou pessoas que tenham interesse em produzir algum conteúdo. Cadernos especiais podem ser adotados para serem publicados por algum jornal impresso, assim a identidade cimiterial estaria presente em quatro ou oito páginas que circulariam pela cidade ao lado das matérias diárias. Colunas opinativas podem ser uma opção, pois recebem grande visibilidade por se

posicionarem na primeira página de quem abre o jornal. Reportagens também são ótimas opções por fugirem do imediatismo e assim não ficarem presas nos em alguns critérios de noticiabilidade. Quando o dia não tiver muitas notícias ou quando se aproximar de alguma data comemorativa como a do Dia dos Finados, estas matérias poderão ser públicas. Pois haverá uma parcela de tempo ou espaço disponível ou sobrando.

O ponto deste artigo foi analisar e entender a funcionalidade e questões que levam um fato a ser noticiado e o que gera a falta de visibilidade midiática para os cemitérios. Entende-se os critérios que barram certas matérias e compreende-se seus motivos. Mas isso não significa que os cemitérios não são noticiáveis, estes são apenas dependentes de uma sistematização comunicativa. Assim como os jornais dependem da sociedade para pautar suas notícias, a sociedade precisa dos jornais para pautar suas conversas e isso gera um ciclo. Porém este não é um ciclo inquebrável, e aos poucos os cemitérios vêm perdendo os seus tabus e conquistando mais e mais pessoas. Com isso, os jornais irão se adequar a este interesse público e publicarão mais notícias e reportagens sobre a história, arte, arquitetura, simbolismo, identidade e memória cemiterial.

Referencias

ALSINA, Miguel Rodrigo. La construccion de la noticia. Barcelona: Paidós, 1996

GASPARETTO Jr, Antonio. Musa Clio. InfoEscola 2006. Disponível em: <https://www.google.com.br/amp/s/www.infoescola.com/mitologia-grega/musa-clio/amp/>
Acessado em: 28 de ago. de 2019.

ISMÉRIO, Clarisse. Preservando o Patrimônio cultural dos cemitérios: Estudos sobre os cemitério de Porto Alegre e Bagé. Pelotas, RS: Revista memória em rede, 2013.

ISMÉRIO, Clarisse. Um outro olhar sobre os cemitérios: Refletindo à arte cemiterial sob a perspectiva das pesquisas, ações, passeios e eventos culturais. Goiás: Revista de Teoria da História, 2017.

MCCOMBS, Maxwell. A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MELO, José Marques de. Estudos de jornalismo comparado. São Paulo: Pioneira, 1972

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Contexto. 2005.

PEREIRA Jr., Alfredo Eurico Vizeu. Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo. 2.ed. Porto Alegre: EDPUCRS, 2001

SCHUDSON, Michael. The power of news. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. Teoria do Gatekeeping: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993

TRAQUINA, Nelson. Teoria do Jornalismo: Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2. ed, 2005

TUCHMAN, Gaye. A Objetividade como Ritual Estratégico. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993.

WHITE, David. Gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson. Jornalismo: questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Presença, 2001.

XX ENCUENTRO de *Cementerios patrimoniales*

Los cementerios como recurso cultural,
turístico y educativo

11 al 16 de noviembre de 2019, Málaga (España)

Organizan:



Vicerrectorado
de Investigación



Vicerrectorado
de Relaciones Institucionales



UNIVERSIDAD DE MÁLAGA
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE HISTORIA DEL ARTE



Facultad de Turismo
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA



ANADALUGA TECH
Campus de Excelencia Internacional
Aula Mario Zambrano
Estudios Transatlánticos



ATENEO



Comité Español
de Historia
del Arte

Colaboran:



ZONA DE RESERVA



COSTA DEL SOL
MÁLAGA



ASSOCIATION
OF SIGNIFICANT
CEMETERIES
IN EUROPE
ASCE



Ayuntamiento
de Casabermeja



PARQUE
CEMENTERIO
DE MÁLAGA



Ayuntamiento
de Málaga



Ayuntamiento
de Málaga



ETOS en
HISTORIA



Málaga es diputación



Agro-INDUSTRIA
Zapardo S.C.A.



MÁLAGA HEREDAS Y BIENES



OLEARUM



Vivos



CEMENTERIO INGLÉS
DE MÁLAGA



Cultopía
Gestión Cultural



ASOCIACIÓN DE AMIGOS
Cementerio San Miguel



ijt



dimobe



Salvador
1905



un 25 años



alfm
ASOCIACIÓN DE
FUNERARIAS Y
CEMENTERIOS
MUNICIPALES

Información: fjrodriguez@uma.es | <http://redcementeriospatrimoniales.blogspot.com/>