



## O DISCURSO DO MEDO NA CONSTRUÇÃO NOTICIOSA

*Carlos Henrique de Almeida Rosa<sup>1</sup>; Gabriela Tomadon Medrano<sup>2</sup>; Joyce Suély Bandeira<sup>3</sup>*

<sup>1,2</sup> Acadêmicos do Curso de Jornalismo, UNICESUMAR, Maringá-PR. Programa de Iniciação Científica da UniCesumar (PIC).

<sup>3</sup> Orientadora, bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, especialista em moda e comunicação, docente UNICESUMAR.

**RESUMO:** O projeto analisa, com base nas relações entre Teoria e Ética do Jornalismo, as possibilidades de uma leitura acerca das potencialidades do medo na informação noticiosa contemporânea. O que significaria afirmar que os meios de comunicação, através de recursos verbais (a fala, o discurso, o ritmo) e não verbais (as imagens, o uso ou não de trilhas sonoras) utilizam o medo como um elemento de construção noticiosa, buscando persuadir a audiência. Desse modo, a hipótese do estudo é que o jornalismo educa para o medo. Algo que poderia se dar tanto de forma direta como de modo indireto. Um exemplo de como isso se dá de forma direta seriam os programas de cunho sensacionalista, que utilizariam do medo como uma ferramenta para atrair a audiência. Já na forma indireta, isso se daria quando agentes externos aos meios de comunicação, os chamados definidores primários, utilizam da mídia para transmitir um discurso alarmista, visando obter a opinião do público. Um exemplo disso é quando políticos, na televisão, apresentam um cenário caótico para o futuro do país caso uma determinada lei não seja aprovada, o que faria a audiência adotar certa postura. Desse modo, o problema de pesquisa que inscreve este estudo é: De que modo o jornalismo corrobora para a construção de uma pedagogia do medo? Com base nesta questão, estipula-se por objetivo geral investigar a possibilidade do jornalismo desenvolver uma pedagogia do medo no material informativo. Para tal discussão, são objetivos específicos da pesquisa: apresentar a relação entre mídia, educação e artefatos culturais; discutir a relação entre emoção, mídia e cultura; e, problematizar a possibilidade do jornalismo atuar na construção do medo por meio dos materiais noticiosos. Assim, este estudo segue as técnicas e métodos da pesquisa bibliográfica, documental e a análise do discurso com base nas contribuições de Michel Foucault. Além disso, propõe-se realizar uma pesquisa de análise de discurso e de conteúdo dos produtos noticiosos televisivos e/ou radiofônicos da imprensa regional e nacional (no caso da mídia televisiva, as principais redes de TV do País: Globo, Record, SBT e Bandeirantes), visando encontrar exemplos práticos desta pedagogia do medo usado pelos veículos noticiosos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação. Pedagogias Midiáticas. Medo.