

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Maiara Camini

MORTE DA PRINCESA DIANA:
ANÁLISE DA COBERTURA DA FOLHA DE S. PAULO

Passo Fundo

2016

Maiara Camini

MORTE DA PRINCESA DIANA:
ANÁLISE DA COBERTURA DA JORNAL FOLHA DE S.
PAULO

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob a orientação da Prof. M.^a Nadjia Maria Hartmann.

Passo Fundo

2016

Não seria possível chegar sozinha até aqui. Agradeço aos meus pais, Genoir e Libertina, e ao meu irmão, Ruan Pablo, pelo apoio incondicional e por estarem sempre ao meu lado em todos os momentos alegres, de incertezas, de euforia e de lágrimas ao sair de casa ainda adolescente em busca do meu sonho de ser jornalista. À minha professora orientadora, Nadja Maria Hartmann, pelos ensinamentos e palavras de motivação ao longo desta faculdade. Aos demais professores e em especial aos meus amigos: Ivan Ongaratto, Nathaly Carpinelli, Liliane Ferenci, Matheus Moraes, Vinicius Gayeski e meu grande parceiro Leonardo Oliveira, que esteve ao meu lado em todos os momentos marcantes desta caminhada. Agradeço todos os dias por Deus ter colocado vocês em minha vida. Obrigada a todos que estiveram ao meu lado ao longo deste caminho.

RESUMO

Com a predominância do formato informativo reportagem, a cobertura jornalística dos textos sobre o acontecimento da morte, do mito midiático *Lady Di*, na editoria Mundo, da Folha S. Paulo, esta pesquisa analisou a partir de um estudo descritivo-analítico, qualitativo e quantitativo, onde buscou-se compreender como um jornal brasileiro tratou o acontecimento da morte da Princesa Diana. Para isso foi utilizada a metodologia de Silva e Maia (2010) onde as autoras descrevem três níveis analíticos: o 1º, marcas de apuração, onde se analisa elementos textuais, como a assinatura da matéria e as fontes consultadas; no 2º, marcas de composição do produto, aborda-se a questão gráfica da amostra, como o gênero jornalístico, a localização do texto e a presença de elementos visuais; já o 3º possibilita uma visão mais ampla do objeto, a partir do contexto interno e externo.

Palavras-chave: Acontecimento. Folha de S. Paulo. Jornal. Princesa Diana.

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Divisão dos gêneros jornalísticos	13
Quadro 02: Amostragem editoria Mundo para análise	40
Quadro 03: Análise de Cobertura Silva e Maia (2010) – 1º Nível – Marcas de apuração	41
Quadro 04: Análise de Cobertura Silva e Maia (2010) – 2º Nível – marcas de composição do produto	45
Quadro 05: Resumo Análise Acontecimento	49
Quadro 06: Resultado Análise de Cobertura Silva e Maia (2010)	51

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
A IMPRENSA	9
GÊNEROS JORNALÍSTICOS	13
2.1. Jornalismo Informativo	15
2.1.1. Notícia	15
2.1.2. Reportagem	16
2.2. Editoria Mundo e Agências de Notícia	18
ACONTECIMENTO	23
3.1. Espetacularização	26
3.2. A Fascinação da Morte	29
3.3. Mito e Estereótipo	29
3.4 Princesa Diana	32
METODOLOGIA E ANÁLISE	35
CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	57

INTRODUÇÃO

O presente trabalho desenvolvido para a conclusão do curso de Jornalismo da Universidade de Passo Fundo aborda a questão da cobertura jornalística, referente à morte da princesa Diana, na editoria Mundo do jornal Folha de S. Paulo. O problema de pesquisa que o estudo, busca responder é quais os elementos jornalísticos predominam na cobertura realizada pela Folha. Para isso, é analisada uma amostragem de cinco dias, tendo como início o dia 31 de agosto de 1997 (dia do falecimento) e término no dia 04 de setembro de 1997 (véspera funeral). No decorrer destes cinco dias, o veículo realizou uma cobertura de 31 páginas, na editoria Mundo, com direito a um caderno especial incluso na amostragem proposta, este material foi indispensável para a pesquisa aqui proposta.

A partir de um estudo descritivo-analítico quantitativo e qualitativo, realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre o tratamento do acontecimento. Diante disso, objetiva-se a conceituação, através de revisão bibliográfica, contextualizando fatos marcantes na história do jornalismo impresso e características de sua linguagem, apresentada por Lage (2002).

Diante da proposta de análise descrita acima, é preciso desmembrar cada página a fim de encontrar e classificar os elementos ali contidos. Para isto a conceituação do gênero jornalístico é essencial. Foi de escolha da acadêmica, limitar o universo da amostra somente ao material jornalístico enquadrado no gênero informativo, onde a análise consistiu apenas no conteúdo de abertura de página, deixando de lado elementos como imagens e infográficos, pois estes elementos são suficientes para originar uma nova pesquisa. A base teórica sobre os formatos informativos notícia, reportagem e grande reportagem ficam por conta dos autores Melo (1994), Beltrão (1969) e Lage (2004). Ainda neste capítulo, temos o embasamento teórico de agências de notícias e de editorias internacionais, com foco na editoria Mundo da Folha de São Paulo, que é a editoria onde toda a amostra desta pesquisa está concentrada.

O segundo capítulo, possui foco na definição de acontecimento, descrevendo detalhadamente todo o seu processo de seleção, tratamento e divulgação, definido por Charadeau (2012). Além da classificação de Charadeau (2012), também estão listados alguns dos elementos que integram a teoria de sistemas social, elaborado por Luhmann (Luhmann apud Queré apud Santos, 2007), onde o autor faz a distinção dos pequenos até os grandes acontecimentos, por micro –acontecimento, macro –acontecimentos e mega-acontecimento. Seguindo a linha de acontecimento, logo em seguida apresenta-se a definição de Debord (1997), sobre a espetacularização do acontecimento. No próximo tópico deste capítulo,

aborda-se a conceituação de mito e estereótipo, onde os estudos de Contrera (2012) e Lopes (2015), que se apropria do pensamento de Barthes (2001), esclarecem como é a criação de um mito, qual o seu papel perante a mídia e o público, e como se define um estereótipo. E por fim, os últimos tópicos trazem a questão da morte, pois como a amostra trata sobre a cobertura jornalística de uma morte, esta definição não poderia estar de fora, onde através de Oliveira (2005), aborda-se o tratamento deste tipo de acontecimento pela mídia. E por último temos uma contextualização, de quem era Diana Spencer e como ela se tornou esse mito midiático.

Para compreender como um veículo de comunicação brasileiro realizou a cobertura do acontecimento, foi utilizada a metodologia de análise de cobertura de Silva e Maia (2010), onde as autoras apresentam três níveis analíticos para análise. O 1º nível, marcas de apuração, se deteve apenas na análise textual, onde a amostra foi classificada a partir de elementos que integram três categorias: Assinatura do texto; Local de apuração: interno, quando não há vestígios que o profissional se deslocou até o local; e externo, quando a apuração aconteceu *in loco*; e Origem da informação, onde foram analisadas especialmente as fontes consultadas, para esta categoria Silva e Maia (2010) seguem três critérios: (a) se a forma que a informação foi obtida de maneira direta ou indireta; (b) a natureza das fontes, documental, eletrônica ou humana; (c) e em caso de natureza humana as autoras apontam uma divisão de informações de primeira mão, obtidas diretamente pelos autores do texto, pode ser por meio de declarações públicas ou coletivas de imprensa e informações de segunda mão que são informações extraídas de textos publicados em outros veículos.

O 2º nível, marcas de composição, a exemplo do primeiro também se divide em três categorias: Gênero jornalístico (foco no informativo); Localização do texto no veículo (Editorial, página par, chamada de capa dentre outros elementos); e Recursos visuais, onde será avaliada a presença ou não de fotografias, boxes e etc.

No 3º e último nível, aspectos de composição do produto, conta apenas uma categoria que visa proporcionar uma visão mais ampla do objeto. Para isso buscou-se avaliar os aspectos sócio-histórico-cultural da amostra, além de observar o contexto interno (público-alvo, formato do produto, produto segmentado) e o contexto externo (caracterização do tema, assunto específico da cobertura). Além desta metodologia voltada à cobertura em específico, também foi utilizada uma grande parcela dos aspectos conceituados na revisão bibliográfica desta pesquisa.

A IMPRENSA

A fim de compreender a história da imprensa é preciso voltar às primeiras civilizações, para isto iremos nos apropriar da obra de P. Albert e F. Terrou (1990), onde os autores descrevem desde os ‘antepassados’ do jornal até os principais marcos do surgimento da imprensa no mundo.

A curiosidade do público sempre suscitou a vocação de contadores de histórias, dos aedos gregos aos troveiros da Idade Média e aos feiticeiros africanos, cumpriam uma função de comunicação e com frequência também de informação. A preocupação de conversar a narração dos grandes acontecimentos ou de descrever os mundos estrangeiros, de Homero aos cronistas do final da Idade Média, de Heródoto a Marco Pólo, deu origem a obras que, *mutatis mutandis*, se assemelham às nossas reportagens. (ALBERT; FERROU, 1990, p.3).

Os autores atribuem alguns tópicos para descrever as origens imediatas do jornal. Em primeiro estão às novas necessidades de informação, que acontece a partir do século XV, onde os progressos entre trocas bancárias e comerciais acarretam em um fluxo paralelo nas trocas de informações, então “os novos Estados modernos exigiam, para sua administração, a criação de novas redes de informação”. (ALBERT; FERROU, 1990, p.4).

O segundo tópico trata a criação dos correios modernos. Os primeiros serviços postais de Estado instalaram-se na França, sob Luís XI, em 1464, este serviço garantiu maior segurança e regularidade às comunicações da época. O nascimento da impressão não poderia estar de fora da origem dos jornais, com a invenção da tipografia em 1438 e sua difusão na segunda metade do século XV, Gutenberg possibilitou uma reprodução rápida de um mesmo texto, e possibilitou à linguagem escrita uma alternativa rápida de difusão. “No entanto, a imprensa periódica impressa só nasceu mais de um século e meio após a invenção da tipologia”. (ALBERT; FERROU, 1990, p.4-5).

No final do século XV surgem as folhas volantes impressas: as gazetas, onde os impressores “passaram a editar, sob a forma de pequenos cadernos [...], às vezes ilustrados com gravuras em madeira, folhas de notícias que se relatava um acontecimento importante”. Já os primeiros impressos periódicos nada mais eram que almanaques, que eram derivados dos primeiros calendários impressos em 1448. (ALBERT; FERROU, 1990, p.5-6).

Após compreender os primeiros passos da imprensa no âmbito mundial, Martins e Luca (2008) nos apresentam como a imprensa surgiu no Brasil e quais as suas características.

“O surgimento propriamente da imprensa no Brasil ocorre em 1808. Já no seu primeiro número, junho desse ano, o *Correio Braziliense* referia-se ao Brasil como Império e torna-se pioneiro em trazer tal denominação para a imprensa”, (MARTINS; LUCA, 2008, p.29). Embora muitos ainda acreditem, “o *Correio Braziliense* não foi o primeiro jornal feito na Europa a ser lido regularmente no continente do Brasil”, pois circulava uma gama de periódicos europeus nas terras brasileiras. (MARTINS; LUCA, 2008, p. 30).

Em 10 de setembro de 1808, passa a circular a *Gazeta do Rio de Janeiro*, que era impresso na própria cidade do Rio de Janeiro. “A *Gazeta*, fazendo jus ao nome, seguia o padrão das gazetas europeias de Antigo Regime, que circulavam na esfera do Estado absolutista, campo de disputas simbólicas e não de referências monolíticas”. (MARTINS; LUCA, 2008, p.30-31).

A *Gazeta do Rio de Janeiro* era o jornal oficial, ou seja, aquele que era a favor do governo, já o *Correio Braziliense* era o veículo responsável pelas críticas ao governo. Martins e Luca (2008) fazem uma comparação entre os dois jornais, e concluem que além da clara oposição editorial, existiam algumas convergências entre os dois periódicos.

Tanto a *Gazeta* quanto o *Correio* defendiam idêntica forma de governo (monárquica), a mesma dinastia (Bragança), apoiavam o projeto de união luso-brasileira e comungavam o repúdio às ideias de revolução e ruptura, padronizado pela crítica comum à Revolução Francesa e sua memória histórica durante a Restauração. (MARTINS; LUCA, 2008, p.31).

Entretanto, a partir de meados de 1821, a *Gazeta do Rio* (o título é reduzido), “passa a defender o liberalismo e a modernidade política. E acompanha de perto o processo de separação entre Portugal e Brasil, posicionando-se a favor da independência”. A *Gazeta* levou vantagem quanto ao *Correio Braziliense*, pois o concorrente estava em desvantagem pela distância geográfica e pela comunicação demorada entre os dois Hemisférios. (MARTINS; LUCA, 2008, p.31-32).

Os primeiros jornais “eram publicações geradas inicialmente em determinados polos geopolíticos e comerciais mais ativos no período colonial”, como Pernambuco, Bahia, Rio de Janeiro, Pará e Maranhão, para então mais tarde passar a circular em todo o território considerado nacional. (MARTINS; LUCA, 2008, p.40).

Entre os últimos anos do século XIX e o início do século XX, de acordo com especialistas, este foi um período de inflexão na trajetória da imprensa brasileira, pois naquele momento, “a produção artesanal dos impressos, graças à incorporação dos avanços técnicos, começou a ser substituída por processos de caráter no interior da oficina gráfica e a consequente diminuição da dependência de habilidades manuais”, (MARTINS; LUCA, 2008, p.148).

O início do século XX foi marcado por transformações, como por exemplo, o fim da escravidão, o crescimento dos centros urbanos e do setor de serviços, a expansão da malha ferroviária e a entrada de grandes levas de imigrantes. Estes fatores só contribuíram para o aumento da demanda e da circulação de informação, com a constante aceleração da vida urbana, coube aos meios se adequarem a esta nova demanda. “Já não se podia esperar até a manhã seguinte; daí a multiplicação de edições sucessivas e das folhas vespertinas, lançadas no decorrer da tarde, para dar conta do que se passara no próprio dia”, (MARTINS; LUCA, 2008, p.150).

As inovações não se limitaram às mudanças na estrutura de produção, organização, direção e financiamento, mas atingiram também o conteúdo dos jornais e sua ordenação interna, que começou a exigir gama variada de competências, fruto da divisão do trabalho e da especialização. Esta, por sua vez, não se circunscreveu à composição e a impressão propriamente ditas, mas a própria fatura do conteúdo, que passou a contar com redatores, articulistas, críticos, repórteres, revisores, desenhistas, fotógrafos, além de empregados administrativos de operários encarregados de dar materialidade aos textos. (MARTINS; LUCA, 2008, p.151).

Mesmo com as inúmeras mudanças, os diários não deixaram de lado a sua luta política, passou-se a incorporar outros gêneros, como reportagens, notas, crônicas e entrevistas. “Surgiram seções especializadas, dedicadas ao público feminino, esportes, lazer, vida social e cultura, crítica literária, assuntos policiais e internacionais”, (MARTINS; LUCA, 2008, p.152).

Uma das características mais marcantes do impresso no século XX é a forte presença de jornais de caráter político. Para exemplificar essa afirmativa, as autoras descrevem o papel que os impressos desempenharam na luta pela Independência, ou no movimento em prol da Abolição. (MARTINS; LUCA, 2008, p.154).

Nos anos 20 surgia na cidade de São Paulo, o jornal Folha da Noite, também conhecido como Folha. Um grupo de jornalistas, liderado por Olival Costa e Pedro Cunha

fundaram em 19 de fevereiro de 1921, o jornal que tinha como objetivo atrair os leitores da classe operária e da classe média urbana. Em julho de 1925, foi lançado o matutino, Folha da Manhã que reforçou o empreendimento da organização. (FOLHA..., 2013, p.108).

Em 1945 sob o comando do jornalista José Nabantino Ramos, a linha editorial do jornal assumiu características que perpetuam até os dias atuais. No ano de 1949, foi fundada a Folha da Tarde, entretanto em 1960 a Folha da Manhã, a Folha da Tarde e a Folha da Noite, se fundiram para então passar a se chamar de Folha de São Paulo. (FOLHA..., 2013, p.108).

Após esta fusão o jornal passou por um replanejamento editorial, gráfico, financeiro e administrativo. Em 1986, a Folha “tornou-se o diário de maior circulação no país, condição que manteve daí em diante”, (FOLHA..., 2013, p.108).

Para manter-se em primeiro lugar na preferência do seu público alvo, a empresa necessita acompanhar as novidades e inovações de seu tempo. A imprensa acompanhou de perto o surgimento de novos meios de comunicação como, rádios, emissoras de televisão e a internet.

Com este avanço tecnológico as organizações jornalísticas passaram a investir em conteúdo para este mundo digital, um exemplo disso é a criação do Universo *On Line* – UOL, que pertence a Folha. (MARTINS; LUCA, 2008, p.274).

O Universo On Line (UOL), lançado experimentalmente em 1996 e fundido com o Brasil Online (do grupo Abril) em setembro do mesmo ano (na primeira associação de dois importantes conglomerados do setor de mídia no Brasil), tornou-se o líder entre os grandes portais de internet, posição que sustenta na primeira década do novo milênio. (MARTINS; LUCA, 2008, p. 174-175).

Após compreender alguns dos principais marcos da história do impresso, seguiremos para o próximo tópico, que irá explorar os gêneros jornalísticos e em especial o gênero informativo e seus formatos, que serão utilizados no decorrer da análise de cobertura da amostra delimitada.

GÊNEROS JORNALÍSTICOS

O profissional de comunicação tem como papel transmitir informações com o máximo de precisão, clareza e objetividade. É um esforço incessante escrever sobre os mais diversos temas e assuntos para o grande público. Neste contexto se faz necessários a utilização das técnicas, regras e padrões e tantos outros itens que organizam e sistematizam o trabalho do jornalista, não só no sentido de evitar equívocos na hora de colocar os fatos no papel, ou de podar a criatividade, mas sim para esclarecer o dever social do comunicador que nada mais é que informar.

De acordo com Melo (2003), “a primeira subdivisão entre gêneros jornalísticos foi elaborada no século XVIII, pelo editor inglês Samuel Backley, que separou os *news* e os *comments*, no *Daily Courant*”. (MELO apud COSTA, 2010, p.165). Já no Brasil, a pesquisa sobre os gêneros jornalísticos é realizada desde a implantação dos cursos de jornalismo no país (COSTA, 2010). Luiz Beltrão (1969) foi um dos pioneiros no estudo em gêneros jornalísticos no Brasil. O jornalista nos anos 60 deu início aos estudos, que mais tarde seria publicado em forma de trilogia para abranger os três principais formatos. Em 1969 foi publicado o primeiro livro da trilogia: “A imprensa informativa” (1969); “Jornalismo interpretativo” (1976); e “Jornalismo opinativo” (1980), (ESCUDERO, 2013).

Desta maneira, é possível compreender que os gêneros jornalísticos seguem a linha de moldes pré-definidos, e que os meios de comunicação se utilizam destas formas fixas, para informar diariamente os seus leitores. Para Gomes, “o estudo do jornalismo não se reduz à mera análise das formas, mas compreende um processo amplo que vai desde a produção até o consumo”, (MELO apud GOMES, 1992, p.16).

A metodologia de Melo (2010) divide o jornalismo em cinco gêneros e seus respectivos formatos onde são apresentados da seguinte forma:

Quadro 1. Divisão dos gêneros jornalísticos

Gênero	Formato
Informativo	Notícia, nota, reportagem e entrevista.
Opinativo	Artigo, editorial, comentário, crônica, resenha, coluna, carta e caricatura.
Interpretativo	Perfil, enquete, dossiê e cronologia.
Diversional	História de interesse humano.
Utilitário	Serviço, indicador e cotação.

Fonte: Melo (2010, p.64-75).

Costa (2010) tem como base os trabalhos de Barkhtin (1997), Marques de Melo (2003; 2006a) e em Bonini (2002a; 2002b; 2003a; 2003b; 2006), para então identificar o gênero jornalístico como:

Um conjunto de parâmetros textuais selecionados em função de uma situação de interação e de expectativa dos agentes de fazer jornalístico, estruturando por um ou mais propósitos comunicativos que resulta em unidades textuais autônomas, relativamente estáveis, identificáveis no todo do processo social de transmissão de informações por meio de mídia/suporte. (COSTA, 2010, p.47).

É difícil compreender até que ponto o gênero informativo informa e o opinativo apenas opina. Entretanto Costa (2010, p.43) explica que “a expressão se justifica por indicar um texto cujo propósito comunicativo de maior peso seja o que o identifique, embora os outros possam aparecer de maneira secundária”.

O gênero diversional, formato onde são retratadas as histórias de interesse humano, teve origem no que se denomina nos EUA, de *New Journalism*, que por consequência, carrega consigo traços literários visíveis. Entretanto o gênero no Brasil enfrenta diversos problemas de inúmeras naturezas. (COSTA, 2010, p.170).

Considerando que o que se propõe como história de interesse humano, um dos formatos do gênero em pauta, mais se assemelha a uma reportagem – cujo estilo jornalístico apresenta traços literários e detalhes do cotidiano, e não são necessariamente produzidos em cima de fatos que se incluem como *news value* de primeira grandeza, nem necessitam de um processo de temporalidade veloz para ser veiculados -, não se verifica nenhuma nuance específica do texto que o leve para distante do gênero informativo. (COSTA, 2010, p.170).

A partir desta colocação do autor, fica claro que no Brasil o gênero diversional ainda não é o foco das pesquisas e análises realizadas, a fim de esclarecer as dúvidas e preencher as lacunas ainda abertas. A seguir, segue o tópico direcionado ao gênero informativo.

2.1.Jornalismo Informativo

Uma das categorias do gênero jornalístico de acordo com a classificação de José Marques de Melo (2010) é o jornalismo informativo. O jornalismo informativo, nada mais é o resultado da articulação que existe, do ponto de vista do profissional, entre os acontecimentos reais que surgem na realidade, além de sua expressão jornalística, através do relato do fato, afim de informar o receptor. Com esta breve definição de jornalismo informativo, o autor classificou os formatos da categoria informativa em: nota, reportagem, notícia e entrevista. (MELO, 2010, p.50).

Dentre os formatos jornalísticos informativos apresentados por Melo (2010), apenas dois serão analisados mais a fundo, que são respectivamente o formato notícia e o gênero reportagem. Esta escolha se deve em razão da amostra selecionada, onde serão analisadas apenas as notícias e reportagens publicadas pelo veículo impresso Folha de São Paulo.

2.1.1. Notícia

Em jornalismo, a palavra notícia, diz respeito não apenas pela escrita do texto, mas também pelos princípios de noticiabilidade. Em outras palavras, todo o fato que surgir no meio, e que seja relevante ao ponto de merecer uma publicação, em forma de matéria jornalística em um veículo de comunicação, (MELO, 2010, p.53).

Nilson Lage (2004) afirma que a notícia é estruturada de maneira que, uma série de fatos seja descrita a partir dos aspectos mais relevantes. O autor ainda indica que “não se trata exatamente de narrar os acontecimentos, mas sim de expô-los”. A organização dos eventos em sequencias, de modo que o primeiro antecede o segundo e assim por diante, nos mostra à espinha dorsal do gênero (LAGE, 2004, p.16).

O processo de produção de uma notícia é dividido em três fases de acordo com LAGE (2004). O autor exemplifica este processo por meio de uma simulação, onde um personagem lista as suas ações desde o ato de abrir os olhos até se deparar com um cadáver no corredor de seu prédio. A primeira fase seria a seleção dos eventos, a segunda a ordenação dos eventos e a terceira e última fase que seria a nomeação dos fatos. “A notícia trata das aparências do mundo. Conceitos que expressam subjetividade estão excluídos: não é notícia o que alguém pensou, imaginou, concebeu, sonhou, mas o que alguém disse, propôs, relatou ou confessou”. (LAGE, 2004, p.25).

Quem faz uma contribuição ao tema é Melo (2010). Para o autor uma notícia necessita como característica básica responder às perguntas: que, quem, quando, como, onde e por que. Possuir narrativa em pirâmide invertida, ou seja, as informações mais relevantes no início do texto, e por fim estar estruturada em duas partes: “cabeça” (*lead*) e “corpo” (*body*). (MELO, 2010, p.55).

Lead é o primeiro parágrafo da notícia no jornalismo impresso, é a informação mais importante ou a mais interessante, (LAGE, 2004, p.26-27). Enquanto Melo (2010) apenas nomeia o restante do texto como corpo, Lage (2004) utiliza o termo documentação, que seriam dois ou mais parágrafos que tem como função complementar as informações repassadas no lead.

O primeiro *lead* de uma matéria tem, no padrão mais comum, tamanho que corresponde a algo entre três e cinco linhas datilografadas, em lauda de 70 toques de largura; o segundo parágrafo, ou *sublead*, acompanha aproximadamente o primeiro em tamanho. (LAGE, 2004, p.38).

2.1.2 Reportagem

“A reportagem é caracterizada como um relato ‘essencialmente informativo’ que reproduz um fato ou acontecimento de interesse atual.” (VIVALDI apud MELO, 1994, p.48). Reportagem pode ser entendida em dois sentidos: o primeiro seria o setor das redações jornalísticas, que é responsável pela apuração e codificação dos dados; já no segundo, reportagem é um gênero jornalístico, bem distinto da notícia por vários aspectos (LAGE, 2004, p.46), estes que estarão apresentados no decorrer deste módulo.

A distancia entre reportagem e noticia estabelece-se na pratica, a partir da *pauta*, isto é, do projeto de texto. Para as noticias, as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramento. (LAGE, 2004, p.47).

Melo (2010), classifica reportagem como um relato ampliado de acontecimento que produziu impacto no organismo social, através de desdobramentos e antecedentes. “Trata-se do aprofundamento dos fatos de maior interesse público que exigem descrições do repórter

sobre o “modo”, o “lugar” e “tempo”, além de captação das “versões” dos “agentes”, (MELO, 2010, p.55).

Para Lage (2004) é exatamente por ter essa possibilidade de poder se aprofundar em um assunto, que torna a reportagem como algo mais elaborado, onde pode se utilizar uma linguagem mais leve, mais literária para descrever o fato. Isso é possível, pois, os assuntos que rendem uma reportagem possuem um conteúdo mais abundante, e podem ou não ser guiados por um acontecimento.

Reforçando a ideia que Lage (2004) expõe sobre a viabilidade de aprofundar o assunto quando a notícia passa a ser tratada como reportagem, Melo (1994) traz a contribuição de Luiz Beltrão (1969) quanto a definição de reportagem.

Ele fala em reportagem e em reportagem em profundidade. Pela descrição que faz das respectivas técnicas de captação, redação e edição, bem como dos modos de expressão que assumem na superfície impressa, não se torna convincente a sua segmentação em dois gêneros. Na verdade, afiguram-se-nos como espécies de um mesmo gênero reportagem – uma, a pequena reportagem; outra a grande reportagem. (BELTRÃO apud MELO, 1994, p.60).

No trecho acima Melo (1994), explora a especificidade dos gêneros de Beltrão (1969), o autor se depara com uma divisão quanto à descrição de reportagem. O primeiro que é denominado apenas como reportagem, caracteriza as pequenas reportagens, que segundo a descrição de Beltrão (1969) são aquelas reportagens superficiais, que ainda aguardam o desenrolar dos fatos. Sendo assim a grande reportagem, de acordo com autor, tem como característica:

A busca, redação e edição de relatos de fatos de interesse público que, por não se produzirem com frequência, versarem temas originais, oferecem aspectos extraordinários e criarem situações complexas ou prismas novos não têm fonte pré-estabelecida em que possam ser facilmente apurados. (BELTRÃO, 1969, p.198).

O autor ainda ressalta outra característica da grande reportagem, que seria a assinatura do autor. O texto assinado, de acordo com Beltrão (1969) possibilita ao repórter “incluir mais detalhes e, sem fugir a objetividade, permite comentário”, ou seja, o repórter se insere no local do acontecimento. (BELTRÃO, 1969, p.199).

Edson Flosi (2012) complementa a definição de grande reportagem apresentada por Beltrão (1969). Para Flosi (2012), uma grande reportagem necessita ser um texto longo e possuir elementos gráficos que desperte o interesse do leitor.

Sempre ilustrada com fotografias, desenhos, ou gráficos, a grande reportagem exige diagramação competente e deve conter atrativos como mistério, suspense, calor humano e outros elementos que só um texto criativo será capaz de explorar. (FLOSI, 2012, p.11).

2.2. Editoria Mundo e Agências de Notícia

O que difere uma editoria de outra é o assunto que cada uma irá trabalhar, “para cada jornal há uma editoria, com um responsável por ela e a quem cabe orientar as matérias referentes a determinado assunto”. (ERBOLATO, 1991, p.227).

Mário Erbolato (1991) descreve algumas das editorias que estão presentes na grande parte dos jornais, que respectivamente são as editorias de: Esportes, Interior, Educação, Polícia, Saúde, Política, Internacional, dentre outras. (ERBOLATO, 1991, p.227).

A editoria Internacional terá um enfoque maior quanto às outras editorias citadas anteriormente, pois a amostra desta pesquisa encontra-se na editoria Mundo da Folha de S. Paulo. Antes de seguirmos para a descrição da editoria Mundo e das agências de notícias é de relevância apresentar a visão de Erbolato (1991) quanto ao noticiário internacional.

Para o autor, o noticiário internacional “encontra sempre bastante destaque”. Para defender esta afirmação Erbolato (1991) inúmera quatro motivos. O primeiro é a importância do trabalho das agências, pois com este fluxo intenso de informações diárias, os jornais dispensam a manutenção de correspondentes em diversos países. Em segundo, o autor ressalta o baixo custo que os jornais têm em relação ao conteúdo deste editorial, uma vez que o despacho de informações acontece ininterruptamente. No terceiro motivo que justifique este destaque, é que muitos acontecimentos do exterior pode ter repercussão no Brasil. Já no último apontamento, o autor descreve que sempre há leitores estrangeiros que sempre estão buscando informações sobre a sua terra de origem. (ERBOLATO, 1991, p.230).

Com a compreensão do que define uma editoria, aborda-se adiante com a definição da editoria Mundo da Folha de S. Paulo.

No Jornal Folha de S. Paulo, jornal que acomoda a amostra selecionada para a realização desta pesquisa, a editoria Internacional “é denominada Mundo e surgiu no mesmo ano da criação do jornal, em 1921”, (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.64). Ana Lúcia Alves Bahia e Marina R.. Carlos Rigueira (2010) destacam que aproximadamente 40% das principais capas da Folha possuem notícias internacionais.

A estrutura interna da editoria Mundo da Folha de S. Paulo é formada por um editor e mais seis repórteres, que localizam-se na sede em São Paulo. Já os correspondentes que integram a equipe, estão locados em países estratégicos, estes lugares geralmente são os que despertam um maior interesse dos leitores, quanto àquela região. (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.64-65).

A equipe da editoria Mundo, além de participar das três reuniões de pautas realizadas pelas equipes do jornal, também realiza uma reunião de pauta específica, onde as reportagens do dia são definidas e distribuídas entre os repórteres. “As matérias internacionais são então produzidas por meio dos despachos das agências de notícia”. (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.65). De acordo com as autoras, as agências mais utilizadas pela editoria Mundo são a Reuters, a AP e a Efe.

No trecho abaixo, as autoras apresentam as principais características visuais e informativas da editoria.

Na versão impressa, a editoria Mundo tem normalmente de quatro a sete páginas e em quase todas há o versal [+] Saiba mais, que apresenta uma matéria paralela que complementa a matéria principal da página, a maioria das páginas da editoria possui um olho da matéria principal e apresenta infográficos e ilustrações. A editoria também apresenta algumas análises dos assuntos mais relevantes, que normalmente são produzidas por correspondentes e enviados especiais. A editoria traz com frequência entrevistas ping-pong e textos retirados de jornais internacionais, principalmente do *Financial Times*. (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.65-66).

Após compreender o que é e como funciona a editoria internacional, a seguir, compreenderemos o que são as agências de notícias, como elas surgiram e qual o seu papel em relação às redações jornalísticas.

Muitas das notícias e reportagens que compõe o caderno ou a editoria internacional são informações, apuradas por agências de notícias. Beltrão (1969) se refere a estas agências como agências de informação: “Agências de informações são organizações jornalísticas que fornecem aos seus clientes, mediante contrato, notícias locais, nacionais ou estrangeiras sob a

forma de textos, fotografias, flans, clichês e seções especializadas diversas”. (BELTRÃO, 1969, p.118).

Além desta denominação, o autor apresenta uma breve classificação quanto às organizações que disseminam estas informações. A classificação consiste em agências locais, nacionais e internacionais. (BELTRÃO, 1969, p.118).

As agências locais ou *city-news* é denominada por possuir “campo limitado, abrangendo as fontes de informação dos grandes centros populacionais em que funcionam”. Já as agências nacionais são as encarregadas pela captação e distribuição de fatos e notícias ocorridos no território de um país em particular. E por último e mais importante nesta pesquisa vem às agências internacionais. (BELTRÃO, 1969, p.118).

Conforme a descrição do autor, as agências internacionais tiveram origem em 1825, graças ao francês, Charles Havas, que após uma viagem pela Europa, se estabeleceu em Paris, cidade que ele criou “um *bureau* de notícias para servir a diplomatas, comerciantes e financistas”. Mas somente em 1836, Émile de Girardin contratou os serviços da Agência Havas, pelo motivo de considerar “o meio prático e barato para a cobertura dos acontecimentos mundiais”. Havas ao perceber o crescimento de sua organização, passou a investir em uma rede de correspondentes como forma de possuir as notícias com uma maior rapidez. (BELTRÃO, 1969, p.119).

Com o sucesso da Agência Havas, outras surgiram como, por exemplo, a Agência Wolff da Alemanha, a Agência Reuter (AR) do Reino Unido e a *Associated Press* (AP) dos Estados Unidos, esta última criada a partir de diversos jornais nova iorquinos. (BELTRÃO, 1969, p.119).

No estudo realizado por Bahia e Rigueira (2010), as autoras se apropriam de obra de Mário Erbolato (1991), para descrever os três critérios que de acordo com o autor, as agências devem cumprir para ser consideradas internacionais.

O primeiro é relativo à necessidade de possuir correspondentes espalhados em pontos estratégicos do mundo, para que eles reúnam todas as informações desses locais e as transmitam para a sede da agência. Outro critério é a existência de uma redação central da agência, que assegure uma transmissão eficiente das informações para todo o mundo. E o último critério diz respeito à essencialidade de meios técnicos e financeiros capazes de garantir à agência uma infraestrutura adequada que mantenha os correspondentes e conseqüentemente a difusão de informações em grandes distâncias. (ERBOLATO apud BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.25).

Todavia, para a grande parte dos correspondentes que “são credenciados a cobrir um país inteiro, naturalmente dependem das facilidades locais de comunicação de massa para se manterem informados”, pois não basta acompanhar o noticiário local, o profissional necessita desenvolver suas próprias reportagens, o que demanda tempo e muito um investimento financeiro alto. (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.28).

Bahia e Rigueira (2010, p.28) relatam que diariamente é despachado pelas agências de notícias uma grande quantia de informações, para os veículos de comunicação. Seguindo nesta linha de pensamento, Mauro Wolf (1995) traz uma definição de Golding e Elliott (1979), que demonstra harmonia com a descrição de Bahia e Rigueira (2010), e ainda complementa, no sentido de como as redações podem se portar referente às informações recebidas a partir das agências.

A cobertura das agências alertar as redações para tudo o que acontece no mundo e é a partir desse conhecimento que as redações constroem a sua própria cobertura. Assim, mesmo os órgãos de informação que podem enviar correspondentes para cobrirem as notícias do estrangeiro, dependem da seleção das agências, na escolha das notícias a ‘cobrir por conta própria’. As agências funcionam, portanto, como uma primeira campanha de alarme para as redações, cuja ação é determinada pelo controle dos despachos. (GOLDING – ELLIOTT apud WOLF, 1995, p.208).

A editoria internacional segue alguns critérios específicos, o autor João Batista Natali (2007) afirma que, os quatro temas mais valorizados pelo noticiário internacional são: guerras e conflitos, eleições, epidemias e tragédias inesperadas. (NATALI apud BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.29).

Para comprovar a tese apresentada por Natali (2007), Bahia e Rigueira (2010) descrevem dois exemplos de tragédias inesperadas. Os fatos escolhidos para a comparação foram à queda de dois aviões em 2009: o *Airbus* da *Air France* e o *Airbus* da *Yemenia Air*. Para esta comparação as autoras analisaram o desenrolar da cobertura dos fatos, a partir do Jornal Estado de São Paulo, nesta análise as informações do *Airbus* da *Air France*, onde todos os passageiros morreram, as informações perduraram por mais de um mês. Já o caso do *Airbus* da *Yemenia Air*, que teve milagrosamente uma sobrevivente, uma semana após o ocorrido, já não se encontrava mais nenhuma informação sobre este acidente, na editoria internacional do jornal. A partir deste exemplo, fica em evidência um dos critérios mais recorrentes no noticiário internacional: a proximidade geográfica. Pois a queda do *Air France* aconteceu próxima à costa brasileira, fortalecendo a ideia do critério de noticiabilidade de

proximidade e justificando a sequencia de informações encontradas no jornal, um mês após a tragédia. (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.29).

Com a definição dos gêneros jornalísticos, os principais formatos informativos, qual o papel de uma agência de notícia e editoria internacional no impresso, que serão indispensáveis para a realização da análise aqui proposta, o próximo capítulo irá trazer os conceitos de acontecimento, da espetacularização de um fato, de mito e de estereótipo, dentre outros tópicos.

ACONTECIMENTO

Neste capítulo será apresentado o conceitual de acontecimento, a partir do uso de alguns elementos que compõe a teoria de sistemas social, elaborado por Luhmann (Luhmann apud Queré apud Santos, 2007) onde o autor apresenta uma de suas visões sistêmica, que implica em uma distinção entre pequenos até grandes acontecimentos, denominada como micro-acontecimentos, macro-acontecimentos e mega-acontecimentos. Além desta teoria de Luhmann, neste módulo encontra-se tópicos, com conceitos como o de espetacularização, a fascinação da morte, a definição de mito e uma contextualização de quem era a Princesa Diana.

Entretanto, primeiro é necessário compreender o que é acontecimento, como funciona o processo de tratamento do acontecimento e como o acontecimento é relatado. Tudo se inicia a partir de um fato/acontecimento, e este acontecimento de acordo com Gislene Silva (2014), irá passar por três instancias; a primeira seria a origem do fato, seguida pelo tratamento do fato e finalizando na visão do fato. (SILVA, 2014, p.51).

Nesta primeira instância apresentada pela autora, na origem dos fatos já acontece à seleção primária, em que são reconhecidas características típicas do acontecimento. Já na segunda instância, no tratamento dos fatos, leva-se em conta além dos valores-notícias, a qualidade do material jornalístico apurado, a hierarquização dos fatos, o formato do produto, entre outras características funcionais. Na terceira e última instância, visão dos fatos, é o momento em que entra os conceitos de verdade, objetividade, interesse público e imparcialidade do jornalista. (SILVA, 2014, p. 52-53).

Complementando a definição de Silva (2014), Charadeau (2012) define acontecimento da seguinte forma:

Ora como todo fenômeno que se produz no mundo, ora de maneira restritiva como todo fato que esta fora da ordem habitual. Ora o acontecimento é confundido com a novidade, ora ele se diferencia dela, sem que se defina a diferença. Ora defende-se a ideia de que o acontecimento é um dado da natureza, ora sustenta-se que ele é provocado. (CHARADEAU, 2012, p.95).

O autor ainda disserta sobre a localização que o acontecimento se encontra. Para ele o acontecimento surge em “uma fenomenalidade que se impõe ao sujeito, em estado bruto,

antes de sua captura perceptiva e interpretativa”, (CHARADEAU, 2012, p.95). Ou seja, o acontecimento muitas vezes chega ao profissional de forma bruta, e cabe ao profissional lapidar as informações.

Charadeu (2012) na busca de definições para o acontecimento se apropria do pensamento de Edgar Morin (1972), onde o autor considera que o acontecimento surge a partir de sistemas. Morin (1972) seleciona dois tipos de fenômenos para provar a sua tese. O primeiro é o fenômeno autogerados, “que se desenvolvem segundo uma lógica interna”, em que os acontecimentos possuem um lugar previsível, a mudança de estações é um exemplo. (CHARADEAU, 2012, p.98).

Já os fenômenos heterogerados consistem em encontros inesperados de elementos pertencentes a sistemas diferentes, que resultará como um acontecimento perturbador. Em outras palavras, o acontecimento não é definido apenas por desordem; “ora é a ordem (a necessidade), ora a desordem (o acaso, a contingência)”. (CHARADEAU, 2012, p.98).

Estes acontecimentos perturbadores, que não integram o mesmo sistema podem ter como exemplo acidentes, porém este fator não define a relevância do acontecimento, e é exatamente a partir deste ponto de vista que Silva (2014) questiona os estudos já realizados por não possuírem nenhuma distinção entre valores-notícia e assuntos de alta noticiabilidade, com temas ligados à morte, calamidades, acidentes, celebridades etc. Como uma alternativa de sanar esta lacuna a autora traz a definição de Traquina (2002) sobre as características dos fatos.

Os valores de seleção referem-se simplesmente às características dos fatos. Já os valores de construção atuam basicamente na etapa de edição das notícias e dizem respeito àquilo que é realçado intencionalmente na redação e edição dos textos. São eles: *simplificação, amplificação, relevância personalização, dramatização, consonância*. (TRAQUINA apud SILVA, 2014, p.165).

Em contra ponto Charadeau (2012) apresenta uma alternativa perante o acontecimento com finalidade de informação, ele “será selecionado e construído em função de seu potencial de ‘atualidade’, de ‘socialidade’ e de ‘imprevisibilidade’”. (CHARADEAU, 2012, p.101).

O potencial de ‘atualidade’ se avalia, de acordo com “a distância que separa o momento da aparição do acontecimento do momento da informação”. (CHARADEAU, 2012, p.102). É neste potencial, segundo o autor, que as mídias trabalham o conceito de

imediatismo. Outra característica deste potencial é o da ‘proximidade’ do acontecimento em relação ao sujeito informado.

Quanto ao potencial de ‘socialidade’, apresenta-se com uma aptidão de representar “o que acontece num mundo em que nada está organizado coletivamente e nada do que toca o destino dos homens pode ser estranho aos indivíduos que aí se inserem e que, por conseguinte, estão implicados como cidadãos ou seres humanos”, (CHARADEAU, 2012, p.102). Ou seja, é determinado a partir de temas, onde o autor utiliza o termo rubrica, as editoriais é um exemplo deste potencial.

Neste último potencial, o de ‘imprevisibilidade’, o autor define como:

O acontecimento escolhido veio perturbar a tranquilidade dos sistemas de expectativas do sujeito consumidor da informação, o que levará a instância midiática e pôr em evidência o insólito ou o particularmente notável. O acontecimento midiático será então reinterpretado em função do potencial de pregnância do receptor, isto é, de sua aptidão em recategorizar seu sistema de inteligibilidade e em redramatizar seu sistema emocional. (CHARADEAU, 2012, p.102).

Após descrever os três potenciais que determinam a construção do acontecimento, Charadeau (2012) apresenta como o acontecimento é relatado midiaticamente, pois quando “ele é relatado, constrói-se uma notícia, no espaço temático de uma rubrica”. (CHARADEAU, 2012, p.152).

“O acontecimento relatado compreende *fatoss e ditos*”. Fatos, conforme a definição do autor são aqueles que, “têm relação com o comportamento dos indivíduos e com as ações e estes compreendem”, (CHARADEAU, 2012, p.152-161), ou seja, o fato relatado tem ligação direta com uma descrição, de reações e de explicações. Já os ditos são descritos como a relação com pronunciamentos diversos, “pronunciamentos que ora adquirem valor de testemunho, ora de decisão”, (CHARADEAU, 2012, p.152-161), isto quer dizer que a palavra do outro sempre estará presente em todo o ato de construção do acontecimento.

Complementando a descrição de Charadeau (2012), Santos (2007) apresenta acontecimento da seguinte forma, “vivemos numa sociedade de acontecimentos”, (SANTOS, 2007, p. 377-378), para Santos viver em uma sociedade de acontecimentos significa que a sociedade atual se ordena de modo fundamental pela dimensão do tempo.

O autor utiliza do pensamento de Quéré (QUÉRÉ apud SANTOS, 2007 p.382), para descrever que acontecimento, se trata de um fenômeno da ordem do sentido, ou seja, o

conceito precisa ser compreendido a esfera da vida de seres para os quais há algo como sentido.

Abaixo, segue as definições do grupo de características de acontecimentos jornalísticos, que Santos (2007) se utiliza dos estudos de Luhmann referente à visão sistêmica, onde Luhmann descreve três características para classificar o acontecimento perante o jornalismo. (SANTOS, 2007, p. 387-390).

- Micro – acontecimentos: São eventos que fazem parte de uma série, puramente auto referenciais do sistema que integra. Cobertura jornalística simples, cobertura de um dia apenas.
- Macro – acontecimento: Acontecimento no meio ambiente dos sistemas e que produz “reações” importantes nos sistemas. Cobertura jornalística mais aprofundada, cobertura de no mínimo dois dias.
- Mega – acontecimento: É uma categoria que trata com grandes acontecimentos, como o 11 de setembro que o autor cita, o seu tratamento mediático serviram para “manter a sociedade acordada, seria um eufemismo.

A dose de violência, real e simbólica, de tal acontecimento é demasiado forte para se falar de uma simples “excitação” ou “irritação”. (SANTOS, 2007, p. 390). Após compreender todo o processo de produção e classificação do acontecimento, a seguir veremos as características que tornam este acontecimento um espetáculo.

3.1. Espetacularização

Quando a mídia passa a perseguir uma pessoa pública, buscando sempre mostrar o que este indivíduo está fazendo, onde ele está e quem está com ele, tudo isso, com a finalidade de atrair um maior número de receptores, e assim criar um laço entre emissor e receptor. Guy Debord (1997) define este processo como, sociedade do espetáculo, ou como o autor descreve, “toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação”. (DEBORD, 1997, p.13).

De acordo com o autor, o que define um espetáculo não é um punhado de imagens, mas sim a relação social entre pessoas a partir das imagens. Debord (1997) ainda nos

apresenta o que acontece quando o espetáculo invade a realidade de um indivíduo. (DEBORD, 1997, p.14).

O espetáculo que inverte o real é definitivamente um produto. Ao mesmo tempo, a realidade vivida é materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. A realidade objetiva está presente dos dois lados. Assim estabelecida, cada noção só se fundamenta em sua passagem para o oposto: a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente. (DEBORD, 1997, p.15).

O espetáculo, conforme o pensamento do autor é como um discurso ininterrupto onde a ordem atual faz respeito de si mesma, ou seja, “é o autorretrato do poder na época de sua gestão totalitária das condições de existência”. (DEBORD, 1997, p.20).

Quanto à relação do espectador quanto ao espetáculo, Debord (1997) define da seguinte maneira:

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. (DEBORD, 1997, p.24).

Com a compreensão de que, os espectadores procuram em relação ao acontecimento transformado em espetáculo, as empresas midiáticas transformaram atos cotidianos, de uma determinada personalidade em mercadoria, abaixo o autor nos descreve como esta imagem social é transformada em mercadoria.

A imagem social do consumo do tempo, por seu lado, é exclusivamente dominada pelos momentos de lazer e de férias, momentos representados à distância e desejáveis por definição, como toda mercadoria espetacular. Essa mercadoria é explicitamente oferecida como momento da vida real, cujo retorno cíclico deve ser guardado. Mas, mesmo nesses momentos concedidos à vida, ainda é o espetáculo que se mostra e se reproduz, atingindo um grau mais intenso. O que foi representado como a vida real revela-se apenas como a vida *realmente espetacular*. (DEBORD, 1997, p.106).

Com a absorção do que é um espetáculo, e quais os principais fatores que levam a transformação de uma imagem social para mercadoria midiática, seguiremos para o próximo tópico que tratará o porquê a morte causa esta fascinação na sociedade.

3.2. A Fascinação da Morte

Como a amostra desta pesquisa, trata em analisar a cobertura do acontecimento perante a morte da Princesa Diana, é de relevância apresentar o conceitual de morte a fim de compreender o porquê do fascínio pelo lado mórbido da vida.

A morte fascina milhares de pessoas, quando se trata da morte de uma figura pública, a imprensa realiza inúmeras reportagens e notícia a fim de perpetuar o legado desta personalidade, como visto, por exemplo, na morte da princesa Diana. Oliveira (2005) acredita que conforme a tese de McLuhan (2002) referente os *media* como extensão de nossos sentidos, “podemos dizer hoje que é também o nosso sofrimento que é prolongado pelos meios de comunicação de massas”. (OLIVEIRA, 2005, p. 1961).

A autora declara em seu estudo que a amplitude de cobertura de tragédias e guerras “junta-se um interesse particular pelo sofrimento e morte de figuras públicas”. (OLIVEIRA, 2005, p. 1953). Ou seja, cada acontecimento pode ter um peso diferente para duas pessoas, pois os interesses das duas podem não ser os mesmos.

“A morte é o clímax da tragédia. E a tragédia é a afecção que caracteriza a contemporaneidade”. (OLIVEIRA, 2005 p. 1954). Os media cobiçam estas coberturas e reportagens mais humanizadas, que busca mostrar tudo o que de melhor esta personalidade fez, despertando assim os sentimentos de seu público. Porém este ato de “fazer-se sentir” como a autora denomina, causa em uma estranha confusão de informação e sensacionalismo. (OLIVEIRA, 2005, p. 1956).

Um dos fatores que muitas vezes acompanha o desenrolar dos fatos é o sensacionalismo, ou seja, acrescentar informações duvidosas e apelar para o lado emocional do seu receptor, a fim de gerar um maior fluxo do seu conteúdo produzido. Angrimani Sobrinho (1995) define sensacionalismo de acordo com o pensamento de Mott (1941). O autor descreve como “matérias que estimulam “respostas emocionais” do leitor”. (MOTT apud ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 14). Já para Pedroso (1983) traça o sensacionalismo como:

Intensificação, exagero e heterogeneidade gráfica: ambivalência linguístico-semântica, que produz o *efeito de informar* através da não identificação imediata da mensagem; valorização da emoção em detrimento da informação; [...] destaque de elementos insignificantes, ambíguos, supérfluos ou sugestivos; subtração de elementos importantes e acréscimo ou *invenção* de palavras ou fatos. (PEDROSO apud ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p.14).

Com o entendimento dos fatores que tornam uma morte mais atrativa nos veículos de massa, no terceiro tópico deste capítulo, é possível compreender como a mídia cria os seus modelos de mitos e estereótipos, com a finalidade de buscar um maior consumo das massas.

3.3. Mito e Estereótipo

Para assimilar os conceitos de mito e estereótipo utilizaremos o estudo realizado por Lopes (2015), que se apropria da obra de Barthes (2001), para explicar o conceito de mito. Além de Lopes (2015) também será utilizado à pesquisa de Contrera (2002), que busca usufruir de outros parâmetros teóricos para descrever mito e estereótipo.

Para que uma linguagem se transforme em mito são necessárias algumas condições especiais, Barthes (2001) afirma que mito é uma mensagem. (BARTHES apud LOPES, 2015, p.10).

Esta fala é uma mensagem. Pode, portanto, não ser oral; pode ser formada por escritas ou por representações: o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso pode servir de suporte à fala mítica. (BARTHES apud LOPES, 2015, p.10).

A autora se apropria do esquema tridimensional de Barthes (2001), para compreender o sistema semiológico, composto por três termos diferentes: significante, significado e signo. (BARTHES apud LOPES, 2015, p.10).

O que é signo (isto é, totalidade associativa de um conceito e de uma imagem) no primeiro sistema, transforma-se em simples significante no segundo. É necessário recordar, nesse ponto, que as matérias-primas da fala mítica (língua propriamente dita, fotografia, pintura, cartaz, rito, objeto etc.), por mais diferentes que sejam inicialmente, desde o momento em que são captadas pelo mito, reduzem-se a uma pura função significante: o mito vê nelas apenas uma mesma matéria-prima; a sua unidade provém do fato de serem todas reduzidas ao simples estatuto da linguagem. (BARTHES apud LOPES, 2015, p.10).

Quando falamos de mito, Barthes (2001) classifica em dois sistemas semiológicos: a linguagem-objeto e o próprio mito. A linguagem-objeto define-se como a linguagem utilizada pelo mito para construir seu próprio sistema, já no segundo sistema, o próprio mito “chamado aqui de metalinguagem por uma segunda língua que fala sobre a primeira”. (BARTHES apud LOPES, 2015, p.11).

Contrera (2002) vai mais a fundo e busca compreender de onde o pensamento mítico surgiu. Para a autora este pensamento “nasce como resultado da formação de estruturas cognitivas (narrativas, história) que possibilitem uma nova organização dos dados limitadores e angustiantes de realidade”. (CONTRERA, 2002, p.67).

A seguir, segue a definição da autora, quanto o ato de criar peças, para encenar as nossas tormentas ao mundo:

O mito é, por exemplo, posto em ação até hoje por nós quando sentimos a necessidade de criar "peças" comunicativas que encenem os conteúdos que nos atormentam ou nos ameaçam por serem decodificados/entendidos por nós como sendo perigosos. Isso lança uma luz sobre o fato do porque 90% dos temas abordados pelos meios de comunicação são mortes, catástrofes, tragédias, fome, miséria. Mais do que apenas um gosto mórbido pela desgraça, ao fazer dessa desgraça seu principal tema, nossa sociedade midiática sinaliza o grau de sua insegurança e angústia. (CONTRERA, 2002, p.70).

Este gosto mórbido pela desgraça traz indicativos de como a sociedade midiática demonstra a sua angústia e insegurança. Quando algo nos abala, logo buscamos uma maneira de encontrar um lado bom deste infortúnio. (CONTRERA, 2002, p.70).

Exemplo claro desse mecanismo são os programas televisivos e os impressos "especiais" elaborados (e consumidos vertiginosamente) quando alguém de destaque morre (Ayrton Senna, Lady Diana, etc.). Parece que há nessa reação uma tentativa de inverter a morte por meio de uma ação imaginativa, contando-se histórias de todo o tipo sobre a vida dessas pessoas. (CONTRERA, 2002, p.70).

Contrera (2002) parte para a definição de estereótipo, não como um novo, mas sim como um outro conceito de mito, “o da criação de tipos, os chamados *mitos da mídia*, criados a partir de estética do estereótipo da produção em série, com o objetivo de incentivar o consumo de massa”. (CONTRERA, 2002, p.74-75).

A partir deste consumo de massa, as organizações midiáticas buscam criar vínculos com os seus receptores. A autora explica a importância destes vínculos:

Vínculos são, portanto, simplesmente essenciais e indispensáveis. E, na falta de vínculos concretos ou de vínculos imaginários mais autênticos e originais, valemos das situações de vinculação dos "mitos midiáticos". Todos acompanhamos, juntos e vinculados, os rituais televisivos e cinematográficos de idolatria aos artistas do momento. (CONTRERA, 2002, p.78)

São então estes mitos midiáticos que permitem criar este vínculo com a organização midiática, pois é esse mito criado pela mídia que a estereotipia redutora predomina. Sua função principal é a de impor modelos a serem reproduzidos em grande escala, e ele busca impor as suas máscaras a partir das diversidades regionais e das realidades sociais e ambientais. (CONTRERA, 2002, p.80).

É a imagem de Carmem Miranda (ou da Xuxa ou da modelo que está em alta) representando a mulher brasileira para o mundo, a de Marilyn Monroe representando a mulher americana, a de Lady Di representando a mulher inglesa, e assim por diante. Falsos mitos construídos pelos meios de comunicação de massa que sobrevivem às custas do descaso pelas diversidades culturais. São mitos feitos para aumentar a sensação de impossibilidade de quem os vive, ou de quem com eles entra em relação: nenhum ser humano consegue seguir o modelo dos superstars, ou os padrões estéticos vigentes propostos pela mídia. (CONTRERA, 2002, p.80).

Como Contrera (2002) coloca na citação acima, *Lady Di* foi um mito criado pelos veículos de comunicação, tudo que era divulgado sobre a sua vida, tinha como finalidade

fortalecer o poder do seu estereotipo e mito. Com isso no próximo tópico consta um pouco da história de quem era Diana Spencer, a Princesa do Povo.

3.4 Princesa Diana

Adorada por uns, odiada por outros, a verdade é que a Princesa Diana converteu-se em um dos maiores mitos da cultura britânica. Ao longo da sua vida, a Princesa Diana granjeou fama internacional pelo seu apoio ativo a projetos de caridade, e, em especial, pela sua ajuda em diversas campanhas, das quais, as mais emblemáticas, foram às campanhas contra as minas terrestres e no combate à HIV/Sida.

Diana Spencer nasceu em 01 de julho de 1961, Diana foi a terceira filha do Visconde Althorp e da Viscondessa Althorp. Andrew Morton (1992) traz em sua obra detalhes de como era o comportamento de Diana desde a sua infância. Para conseguir compilar estes detalhes o autor realizou uma série de entrevistas com amigos próximos, família e até mesmo a própria Diana.

O primeiro encontro entre Lady Diana Spencer e o Príncipe Charles se sucedeu em novembro de 1977. O Príncipe possuía uma espécie de relacionamento sua irmã, Sarah, entretanto com o passar do tempo o vínculo entre os dois foi esfriando. (MORTON, 1992, p. 52-54).

O encontro que lançaria o Príncipe Charles e Lady Diana Spencer, de forma irrevogável, no caminho para a Catedral de St. Paul ocorreu em julho de 1980, num fardo de feno, na casa do Comandante Robert de Pass, um amigo do Príncipe Philip, e sua esposa Philippa, uma dama de companhia da Rainha. Diana foi convidada a se hospedar na casa deles, em *Petworth, West Sussex*, pelo filho do casal, Philip. (MORTON, 1992, p. 70).

Foi a partir de uma conversa trivial entre Charles e Diana, sentados em fardo de feno, após uma partida de polo que o Príncipe se encantou pela jovem Diana. Após este dia a relação entre os dois começou a se desenvolver e Charles sempre buscava a companhia da jovem. (MORTON, 1992, p. 70-71).

Com estas aparições em público cada vez mais frequentes a mídia começou a pressionar a jovem, querendo saber quem ela era e qual era a real situação entre ela e o Príncipe. Quando pressionada por repórteres em frente de sua casa “Diana mordida o lábio e

não dizia nada”, detalha o autor, e ele ainda ressalta que esta ação se repetiu centena de vezes e Lady Di sempre agia da mesma forma, sempre em silêncio.

Em 06 de fevereiro de 1981, o Príncipe de Gales pediu formalmente Lady Diana Spencer em casamento. Semanas após o pedido, os primeiros obstáculos começaram a surgir, “ela começou a emagrecer, a cintura encolhendo de 74 centímetros quando o noivado foi anunciado para 58 centímetros no dia do casamento”, (MORTON, 1992, p. 79-83). Durante este período turbulento surgiu a sua bulimia nervosa, que Diana levaria quase dez anos para superar. (MORTON, 1992, p. 83).

O casamento mais esperado do ano aconteceu na manhã de 29 de julho de 1981. Multidões ocuparam as ruas de Londres para recepcionar os noivos, “quando finalmente chegaram à catedral, o mundo prendeu a respiração e Diana, com o pai apoiando em seu braço, desceu pela nave com uma lentidão angustiante”, (MORTON, 1992, p. 91).

Embora considerado um conto de fadas, as águas calmas não duraram muito no casamento real, a presença constante de Camilla Parker-Bowles, ex-namorada e amiga próxima do Príncipe, não deixava Diana feliz, ela “estava sempre nervosa, suspeitando da presença de Camilla em cada ação de Charles”, (MORTON, 1992, p. 97).

Esses interlúdios românticos não passavam de pausas nas preocupações de Diana com a vida pública, ansiedades que só contribuíram para agravar sua bulimia. Ela se sentia sempre nauseada, foi emagrecendo de uma forma drástica, até se tornar apenas “pele e osso”. (MORTON, 1992, p. 98).

Diana não conseguia se acostumar em ter a sua vida divulgada em páginas de jornal e revistas, todos esperando que ela fosse um exemplo a ser seguido, Charles não conseguia compreender a aflição da esposa. “Num momento eu não era ninguém, no instante seguinte era a Princesa de Gales, mãe, brinquedo da imprensa e membro daquela família. Era demais para uma só pessoa absorver”, (MORTON, 1992, p. 100).

Na noite de 21 de junho de 1982, Diana deu a luz ao Príncipe William, segundo na linha de sucessão ao trono. Os nomes William e Harry foram de escolha da própria Princesa e ela esteve determinada com que os filhos não fossem privados de carícias e beijos, “ficou bem claro que Diana se envolveria intimamente com a criação dos filhos”, (MORTON, 1992, p. 108).

O nascimento do segundo filho do casal em 15 de setembro de 1984, não conseguiu amenizar a crise conjugal. (MORTON, 1992, p. 119). “Seu rosto ornamentava a capa de milhões de revistas e o público lhe entoava louvores, mas o marido e sua família quase nunca lhe ofereciam uma palavra de estímulo, congratulações ou conselho”, (MORTON, 1992, p. 126).

De acordo com uma notícia publicada pela Folha de São Paulo, no dia 28 de agosto de 1996, o casamento do século acabou oficialmente. Com o término do casamento Diana perdeu o título de Vossa Alteza Real, porém continuou com o tratamento de princesa de Gales, membro da família real. (JORNAL FOLHA, 1996).

No dia 31 de agosto de 1997, circulou pelo país mais uma edição da Folha de São Paulo, onde a chamada em destaque destacava a morte da princesa do povo com a seguinte chamada: “Acidente mata lady Di, 36, em Paris”. Diana morreu na madrugada do dia 31 de agosto, aos seus 36 anos, em um acidente automobilístico na cidade de Paris, na França. (AVANCINI, 1997). A morte trágica e inesperada ocorreu quando o automóvel em que seguia com o seu companheiro egípcio Dodi Al-Fayed se despistou no túnel da Ponte de l’Alma, indo bater violentamente no 13º pilar do túnel, causando a morte instantânea de Dodi e do seu motorista, Henri Paul, e, algumas horas mais tarde, a morte da própria Princesa Diana. Já o guarda-costas de Dodi Al-Fayed, Trevor Rees-Jones, que também seguia no carro, foi o único sobrevivente, tendo estado vários meses em coma. A Princesa Diana foi sepultada numa ilha do lago que faz parte da propriedade da família, Althorp, no Northamptonshire – Inglaterra, local repleto de simbolismo e onde a própria Princesa Diana passou parte da sua infância. Trinta e seis árvores, tantas quantos os anos da Princesa, ladeiam o caminho que conduz ao lago; quatro cisnes negros, que simbolizam as sentinelas; lírios e rosas brancas enchem o espaço, as plantas preferidas de Diana; finalmente, junto ao lago, existem árvores plantadas pelos Príncipes William e Henry, por outros membros da família e pela própria Princesa Diana.

A seguir veremos qual a metodologia utilizada para análise da amostra determinada.

METODOLOGIA E ANÁLISE

Neste capítulo encontra-se a descrição e análise do objeto de estudo desta pesquisa, a partir do material coletado na editoria Mundo, da versão impressa do Jornal Folha de São Paulo. A seleção dos textos jornalísticos, se deu a partir do critério de seleção de amostragem intencional, determinado sempre pelas reportagens de abertura de página entre o período de 31 de agosto de 1997 (dia do falecimento) a 04 de setembro de 1997 (véspera funeral).

A partir dos conceitos aqui já apresentados na revisão bibliográfica, foi realizada uma análise descritiva qualitativa e quantitativa de cinco edições do jornal Folha de S. Paulo. Laurence Bardin (2011) esclarece que a abordagem quantitativa obtém dados descritivos através de um método estatístico, a catalogação de informações, nesta pesquisa se deu através de quadros. Já na abordagem qualitativa, de acordo com a autora é um campo mais intuitivo, maleável e mais propício à elaboração e desenvolvimento de hipóteses, por proporcionar ao pesquisador uma liberdade maior de dissertação. (BARDIN, 2011, p.144-145). A amostra teve como objetivo acompanhar o desenrolar dos fatos neste período de cinco dias, do dia 31 de agosto até o dia 04 de setembro de 1997.

Vale a pena lembrar alguns dos aspectos sobre o veículo impresso, Folha de São Paulo, já descrito na revisão bibliográfica. Dentre estas singularidades está à peculiaridade quanto a sua criação, tudo começou nos anos 20 com a Folha da Noite e posteriormente a Folha da Manhã, lançada em 1925, que serviu para reforçar o empreendimento da organização Folha. (FOLHA..., 2013, p.108). Ainda segundo o Manual de Redação (2013) em 1949 foi fundada a Folha da Tarde, entretanto em meados de 1960 as três Folhas se fundiram para então passar a se chamar de Folha de São Paulo. (FOLHA..., 2013, p.108).

A amostra selecionada encontra-se em sua totalidade na editoria Mundo da Folha. Estas editorias podem ser tratadas como cadernos diários de acordo com o Manual de Redação da Folha (2013), onde surge a descrição que a Folha publica o seu material organizado em cadernos temáticos. (FOLHA..., 2013, p.110). Atualmente a Folha conta com oito cadernos diários, que são: Poder, Mundo, Mercado, Cotidiano, Ciência + Saúde, Folha Corrida, Esporte e Ilustrada. (FOLHA, 2016).

Além destes cadernos diários a Folha também publica 10 suplementos em diferentes edições da semana. De segunda a domingo circula os seguintes suplementos: Tec, (internet e computadores) às segundas-feiras; Equilíbrio (saúde e qualidade de vida), *The New York Times International Weekly* (artigos publicados em jornais norte-americanos) às terças-feiras;

Comida (culinária) às quartas-feiras; Turismo (dicas e informações viagens) às quintas-feiras; Folhinha (reportagens, quadrinhos e passatempos voltados às crianças) aos sábados; Ilustríssima (cultura); Veículos (informações e dicas quanto a automóveis); Carreira e Empregos (empreendedores); e Imóveis (informações gerais sobre o campo imobiliário) aos domingos. (GRUPO FOLHA, 2016).

A Folha conta com duas edições diárias, uma nacional e outra somente para a Grande São Paulo e Distrito Federal, a única diferença entre as duas edições apontada pelo Manual de Redação, da Folha (2013) é de que a edição que circula na Grande São Paulo e no DF é concluída algumas horas depois da edição nacional. (FOLHA..., 2013, p.113).

O Grupo Folha possui alguns serviços online, como o Acervo Folha (onde todas as edições do impresso estão disponíveis online), o Datafolha (instituto de pesquisa), o Folhapress (agência de notícias da Folha) e o Banco de Dados Folha. (GRUPO FOLHA, 2016).

Para a realização desta pesquisa foi utilizado o recurso do Acervo Folha, onde a acadêmica adquiriu os arquivos que integram a amostra da pesquisa, ao todo foi analisado um total de 37 páginas de jornal, onde estão presentes as cinco capas das edições e as 30 reportagens e notícias, localizadas na parte superior esquerda das páginas que integram a editoria Mundo. Todas as reportagens estão identificadas no quadro 1 que está localizado mais abaixo neste capítulo. A análise do conteúdo informativo (reportagens e notícias) foi realizada apenas no conteúdo de abertura de página, deixando de lado elementos como imagens e infográficos, pois estes elementos são suficientes para originar uma nova pesquisa.

A escolha de restringir a amostra para apenas a abertura de página se justifica pela tese de Paulo Heitlinger (2016), que afirma que é uma característica dos leitores de países ocidentais iniciarem sua respectiva leitura da esquerda à direita e da parte superior para a inferior. O autor ainda destaca que a partir deste ponto de vista, os conteúdos são organizados em uma composição lógica, onde os elementos mais importantes estão localizados na zona superior esquerda da página. (HEITLINGER, 2016, p.44-45).

O conceitual de análise de cobertura jornalística elaborado por (SILVA; MAIA, 2010), foi indispensável para a realização da pesquisa, pois a metodologia utilizada pelas autoras serviu de base para a análise e entendimento da cobertura jornalística. O método de Silva e Maia (2010), se estrutura em três níveis analíticos: marcas de apuração; marcas de composição do produto; e aspectos da caracterização contextual; sendo que os dois primeiros de acordo com as autoras são a espinha dorsal do protocolo desenvolvido, enquanto o último

nível tem como objetivo contextualizar os dados obtidos nos níveis anteriores. (SILVA; MAIA, 2010, p. 27).

O 1º nível – marcas de apuração, consiste em analisar alguns elementos mais específicos, com um foco maior na matéria jornalística, explorando indícios do método de apuração e da estratégia de cobertura. Este primeiro nível conta com três categorias: Assinatura; Local de apuração; e origem da informação. (SILVA; MAIA, 2010, p. 27-30).

- 1) Assinatura: Nesta primeira categoria, as autoras listam as seguintes opções a ser identificadas quanto à assinatura do material: Local; Correspondente; Enviado especial; Colaborador; Agência de notícias; ou Não assinado.
- 2) Local de apuração/acesso do jornalista ao local de acontecimento: Cabe nesta categoria identificar a partir de vestígios no texto, se o material foi produzido por meio interno ou indefinido (quando não há indícios no texto, que o profissional se deslocou até o local do acontecimento), ou de modo externo (quando a apuração aconteceu *in loco*).
- 3) Origem da informação: Aqui é tratado especificamente sobre as fontes consultadas. Silva e Maia (2010) apresentam uma tipificação que segue três critérios: (a) a forma que a informação foi obtida (direta ou indiretamente); (b) a natureza das fontes (documental, eletrônica ou humana); e (c) no caso de fontes humanas, a posição delas quanto ao acontecimento, em outras palavras, o local a partir do qual a fonte fala para dar as informações.

Neste último critério por se tratar de fontes humanas, as autoras apontam uma divisão, a fim de deixar mais específica a origem da informação, para isto é apresentada duas categorias, informações de primeira mão e informações de segunda mão, confira abaixo a descrição de ambas.

Informações de primeira mão: (obtidas diretamente pelos autores do texto, pode ser por meio de declarações públicas ou coletivas de imprensa), onde estão listados como destaques: Fontes institucionais (empresas privadas, fundações, movimentos sociais); Fontes cidadãos (pessoas que testemunharam o fato); Fontes especializadas/comentadores (especialistas ou pessoas com autoridade no assunto); Assessoria de imprensa (profissionais especializados e autorizados a falar em nome de uma pessoa ou instituição); Fontes não convencionais (sua identidade não é revelada, fontes anônimas); e Recursos alternativos (câmera escondida, disfarce, etc, não são fontes diretas, porém possibilitam o acesso as informações).

E por fim as informações de segunda mão (informações extraídas de textos publicados em outros veículos), que geralmente são disponibilizadas por: Agências de notícias (não se publica na íntegra o texto da agência, apenas algumas informações); Outros veículos jornalísticos (informações extraídas de textos publicados por outros veículos); Publicações científicas (informações caráter científico); Documentos impressos e eletrônicos (estatísticas, arquivos históricos, bases de dados); Ciberespaço (informações obtidas na internet); Reedição (informações de segunda mão de origens diversas, de agência ou outro veículo, para reproduzir o próprio texto); e Republicação (publicação de conteúdo de outros veículos). (SILVA; MAIA, 2010, p.28-30). O resultado desta primeira análise está presente no quadro 2, que se encontra mais abaixo o capítulo.

No 2º nível – marcas de composição do produto, que localiza-se no quadro 3, é onde se tem a possibilidade de uma visão mais ampla do objeto, não focando apenas no texto, mas sim em todo o conjunto, como localização da página, diagramação, foto, dentre outros elementos. (SILVA; MAIA, 2010, p. 30-31).

A exemplo do primeiro nível, este também possui três categorias:

- 1) Gênero jornalístico: Nota; Notícia; Fotonotícia; Entrevista; Reportagem; e Reportagem Especial.
- 2) Localização do texto no veículo: Página par ou ímpar; Quadrante superior/esquerdo, inferior direito/esquerdo; Metade superior ou inferior; Página inteira; Várias páginas (quantas); Editoria/caderno ou seção; e Manchete, chamada de capa ou apenas texto.
- 3) Recursos visuais/adicionais: Gráfico ou Tabela; Boxe; Infográfico; Imagem não fotográfica (ilustração); Fotografia. (SILVA; MAIA, 2010, p.30-31).

Já no 3º nível – aspectos de composição do produto, conta com apenas uma categoria que buscar proporcionar uma visão mais ampla do objeto, reparando em aspectos do contexto sócio-histórico-cultural em que se insere a produção jornalística, e a sua dimensão organizacional. Isso se deu a partir da caracterização contextual, que se divide em contexto interno, (produto segmentado/dirigido; formato do produto; público-alvo), e contexto externo, (caracterização do tema/acometimento/assunto específico da cobertura e do conjunto sócio-histórico-cultural que estava envolvido). (SILVA; MAIA, 2010, p. 31).

Charadeau (2012) se apropria a tese de Morin (1972), onde o autor afirma que o acontecimento surge a partir de sistemas e para provar a sua tese seleciona dois tipos de

fenômenos, os autogerados e os heterogerados. De acordo com a classificação do autor, a morte de Diana caracteriza-se como um fenômeno heterogerado, pois Morin (1972) define os fenômenos autogerados como, acontecimentos que seguem uma lógica interna e que possuem um lugar previsível, um exemplo desse fenômeno é a mudança de estações. Já os acontecimentos heterogerados, têm como característica os encontros inesperados de elementos que pertencem a sistemas diferentes, que lhe caracteriza como um acontecimento perturbador, pois não é algo previsível e nem segue uma ordem. (MORIN apud CHARADEAU, 2012, p.98). É a partir destas características que a morte da Princesa se enquadra como um acontecimento heterogerado, pois além de gerar perturbação, por se tratar de uma perda, um acidente é algo totalmente imprevisível.

Assim que um acontecimento tem como finalidade a informação, segundo Charadeau (2012) este fato será selecionado e construído em função de três potenciais que o autor apresenta como: potencial de atualidade, potencial de socialidade e potencial de imprevisibilidade.

No primeiro potencial de acordo com o autor, é onde as mídias trabalham o conceito de imediatismo, outra característica deste potencial é o da proximidade do acontecimento em relação ao fato informado. No potencial de socialidade, Charadeau (2012) atribui como aspecto determinante, à seleção e organização das notícias e reportagens a partir de determinados temas, onde o autor utiliza o termo rubrica, hoje o termo utilizado é o de editorias. O terceiro e último potencial, o de imprevisibilidade, é quando o acontecimento perturba a tranquilidade dos sistemas de expectativas do consumidor de informação, e tem a particularidade de despertar o sistema emocional de seus receptores. (CHARADEAU, 2012, p.101-102).

Partindo deste princípio, a amostra se enquadra em todos os potenciais apresentados por Charadeau (2012). A cobertura se encaixa no potencial de atualidade, pois informou a morte no mesmo dia em que ela ocorreu, o acidente ocorreu na madrugada do dia 31 de agosto 1997 e a Folha de São Paulo já trazia em sua capa, como manchete principal a morte de Lady Di. Em relação à outra característica deste potencial, que trata sobre a proximidade do veículo em relação ao acontecimento, o jornal mesmo estando em outro continente se preocupou em noticiar o fato, pois o papel midiático que Diana exercia na época era relevante o suficiente para vencer as fronteiras físicas, impostas entre o local do acidente até a redação do veículo. Já no segundo potencial, o de socialidade, a amostra também se enquadra nas características apresentadas por Charadeau (2012), pois todas as reportagens e notícias da amostra encontram-se na editoria Mundo do jornal. No último potencial apresentado pelo

autor, o de imprevisibilidade, por se tratar da morte de uma das figuras populares dos anos 80/90 é facilmente encontrado o aspecto de despertar a emoção dos leitores, o jornal fez isso em sua cobertura, com notícias com relatos de médicos que atenderam Diana logo após o acidente, e de pessoas que passaram horas em filas para poder prestar a sua homenagem à Princesa, em frente ao Palácio de Buckingham e ao Pálacio de Saint James, local onde estava sendo guardado o caixão com o corpo de Diana.

De acordo com o referencial teórico apresentado por Santos (2007), onde o autor apresenta a visão sistêmica de Luhmann, que classifica o acontecimento em três categorias, o micro – acontecimento, o macro – acontecimento e por último o mega – acontecimento, conclui-se que a morte da Princesa se encaixa na última categoria, pois corresponde com as características apresentadas pelo autor, que estão descritas a seguir.

Santos (2007) apresenta o micro – acontecimento como acontecimentos que integram uma série e são relativamente previsíveis no âmbito dos respectivos sistemas, como exemplo: o lançamento de um romance, no sistema da arte ou até uma compra no sistema econômico. Já o macro – acontecimento é definido como um acontecimento que ocorre em meio aos sistemas e que produzem reações importantes nos sistemas, entretanto estas reações não devem ser descritas como uma simples relação transitiva de causa e efeito. Em outras palavras o macro – acontecimento se apresenta como o desenrolar do micro – acontecimento, pois cabe ao macro investigar e interpretar o pós-acontecimento que se concretizou no parâmetro do micro – acontecimento. (SANTOS, 2007, p. 387-390).

Por fim vem o mega – acontecimento, onde Santos (2007) descreve que, esse acontecimento e o seu tratamento midiático serve como uma forma de manter a sociedade acordada, pois nesta categoria é encontrada uma alta dose de violência real e simbólica e quase todos os acontecimentos que adquirem esse patamar de mega – acontecimento, tem grande nível de negatividade, como por exemplo, desastres da natureza e mortes. (SANTOS, 2007, p.390)

Com esta afirmação, pode-se concluir que a morte de Lady Di se enquadra na terceira categoria, o mega – acontecimento. Pois a cobertura jornalística realizada pelo veículo não noticiou o acidente apenas no dia 31 de agosto. O veículo se preocupou em apurar e reunir informações sobre Diana para poder realizar um especial com 11 páginas, que foi veiculado no dia seguinte a sua morte (01/09/1997), além de acompanhar o desenrolar dos fatos no decorrer da semana que sucedeu o acidente, para isso o veículo dedicou em média 7 páginas para a editoria Mundo, onde as informações eram em sua grande maioria ligadas ao acontecimento Diana. Este tratamento do veículo se enquadra na mesma categoria que Santos

(2007) traz como exemplo, o 11 de setembro, que assim como a morte da princesa, possui um grande teor de negatividade por ambos retratarem mortes. Ao longo da amostra de cinco dias, o veículo dedicou 31 páginas da editoria Mundo, sendo que de acordo com o acervo online da Folha, no ano de 1997 poucas foram às edições onde a editoria Mundo possuía mais de cinco páginas, o que foi o caso da cobertura da morte de Diana, conforme está ilustrado no quadro abaixo.

De acordo com Oliveira (1956) os veículos cobiçam estas coberturas que tratam sobre mortes, pois é a partir destes acontecimentos que os media buscam despertar os sentimentos do seu público. E é justamente essa repetição do acontecimento e da busca por “fazer-se sentir”, que surge uma estranha confusão entre informação e sensacionalismo. (OLIVEIRA, 2005, p. 1956). Angrimani Sobrinho (1995) se apropria de Mott (1941) para descrever o sensacionalismo como um material focado em estimular respostas emocionais do leitor. (MOTT apud ANGRIMANI SOBRINHO, 1995, p. 14). Tendo como base esta afirmação, é possível concluir que na amostra encontra-se características que se enquadram na visão de Mott (1941), onde se faz presente no texto elementos que possuíram o papel de transmitir o sentimento de perda, além da revolta de muitos contra a mídia, que foi reatada pelo enviado especial à Londres, no seguinte trecho, “‘Vocês a mataram’, chegou a gritar um homem que passava pelo local empurrando uma mulher numa cadeira de rodas. “Urubus”, emendou outro acompanhante”.

Quadro 2. Amostragem editoria Mundo para análise

Dia	Mês	Reportagens	Foi capa?	Nº de página
31	Agosto	Acidente mata a Princesa Diana (01)	Sim	24
01	Setembro	A realeza perde o encanto (02)	Sim	Especial
		Charles acompanha corpo da princesa Diana de volta a Londres (03)		
		Polícia busca fotógrafo que teria imagem de Di no local do acidente (04)		Especial
		Equipe fez tudo para tentar salvar princesa, diz médico brasileiro (05)		Especial
		Tony Blair e Thatcher travam disputa com frase de efeito (06)		Especial
		Lady Di deixou anonimato para virar ícone do fim do século (07)		Especial
		‘A imprensa é feroz, não perdoa’, disse Diana dias antes de morrer (08)		Especial
		Tabloide pede que imprensa não seja responsabilizada por mortes (09)		Especial
		Lendas dão nobreza a monarquia marcada por ocupação estrangeira (10)		Especial
		Morte da princesa de Gales deixa rombo em ações humanitárias (11)		Especial
		Com cartões e flores, multidão se despede de		Especial

		princesa em frente ao palácio da rainha (12)		
02	Setembro	Exame mostra que motorista de Diana estava alcoolizado (13)	Sim	13
		Fotógrafos suspeitos de ligação com acidente devem ser libertados hoje (14)		14
		Diana será enterrada no sábado sem todas as honras da monarquia (15)		15
		Londrinos ficam até cinco horas em fila para prestar homenagem (16)		16
		Filho mais velho de Diana desponta como salvação da coroa britânica (17)		17
		Deputado propõe dar nome de Diana a acordo contra minas (18)		18
		Jornais londrinos trocam acusações sobre assédio à família real britânica (19)		19
03	Setembro	Juiz ordena investigação de homicídio (20)	Sim	15
		Motorista desafiou fotógrafos antes de deixar hotel Ritz, dizem acusados (21)		16
		Londres espera 1 milhão nas ruas para o cortejo fúnebre de Diana (22)		17
		Babá que foi afastada por Diana volta a castelo para ver príncipes (23)		18
		Para Hobsbawm, monarquia e Blair “lucram” com a morte de Diana (24)		19
		Edição do ‘The Sun’ sobre acidente vende 1 milhão de cópias a mais (25)		20
		Culpar os tabloides sensacionalistas é hipocrisia da imprensa, diz estudioso (26)		21
04	Setembro	Londres desenha novo percurso de cortejo fúnebre para receber mais público nas ruas (27)	Sim	11
		Fama repentina assusta os 250 moradores de Great Brighton (28)		12
		Filho de Kennedy ataca publicações que vendem “todo tipo de fofoca” (29)		13
		Polícia procura mais fotógrafos suspeitos de ligação com acidente (30)		14
		Repressão sexual explica obsessão de britânicos por famosos, diz jornalista (31)		15

Fonte: Maiara Camini, 2016.

Neste primeiro quadro é possível visualizar a amostra da pesquisa, nele encontra-se os principais dados, como o dia e mês da amostra, os títulos das reportagens que integram a pesquisa, que são no total trinta reportagens que estão localizadas na parte superior esquerda de cada página analisada, também se faz presente no quadro informações como, se naquela edição alguma informação referente à cobertura da morte da Princesa este na capa do jornal, e por fim as páginas de cada reportagem analisada, na editoria Mundo da Folha.

Todas as páginas analisadas encontram-se gravadas no CD-ROM, os arquivos estão renomeados de forma padrão, afim de facilitar a pesquisa, o padrão seguido é o de nº do quadro, dia e mês. O número de cada matéria encontra-se entre parênteses ao fim do título de cada reportagem. O CD-ROM está localizado no anexo I desta pesquisa.

Quadro 3. Análise de Cobertura Silva e Maia (2010) – 1º Nível – Marcas de apuração

Nº matéria	Assinatura	Local	Origem
Matéria (01)	Correspondente;	Interno	Indireta; Humana; Informações segunda mão;
Matéria (02)	Capa Caderno Especial;	Interno	Indireta; Humana; Informação de segunda mão;
Matéria (03)	Correspondente; Correspondente;	Externo	Direta; Documental;
Matéria (04)	Correspondente; Agência de notícias;	Interno	Direta; Humana; Informações segunda mão;
Matéria (05)	Correspondente; Correspondente;	Externo	Direta; Humana; Informações primeira mão;
Matéria (06)	Agência de notícias;	Interno	Indireta; Humana; Informações segunda mão;
Matéria (07)	Correspondente;	Interno	Indireta; Documental;
Matéria (08)	Local; e Tradução reportagem do Jornal Le Monde;	Externo	Indireta; Humana; Informações de segunda mão;
Matéria (09)	Correspondente; e Publicação do Jornal The Independent;	Interno	Indireta; Humana; Informações de segunda mão;
Matéria (10)	Local – Equipe de Articulistas;	Interno	Indireta; Documental;
Matéria (11)	Publicação reportagem do Jornal The Independent;	Interno	Indireta; Humana; Informações de segunda mão;
Matéria (12)	Correspondente;	Externo	Direta; Humana; Informações de primeira mão;
Matéria (13)	Correspondente;	Interno	Indireta; Humana; Informações de primeira mão;
Matéria (14)	Correspondente;	Interno	Indireta; Humana; Informações de primeira mão;
Matéria (15)	Correspondente; e Enviado Especial;	Interno	Indireta; Humana; Informações de primeira mão;
Matéria (16)	Correspondente; e Enviado Especial;	Externo	Direta; Humana; Informações de primeira mão;
Matéria (17)	Correspondente;	Interno	Indireta; Humana; Informações de primeira mão; Informações de segunda mão;
Matéria (18)	Agência de notícias;	Interno	Indireta; Humana; Informação de segunda mão;
Matéria (19)	Correspondente;	Interno	Indireta; Humana; Informação de segunda mão;

Matéria (20)	Correspondente;	Interno	Indireta; Humana; Documental; Informação de primeira mão;
Matéria (21)	Agência de notícias;	Externo	Indireta; Humana; Informação de segunda mão;
Matéria (22)	Correspondente; e Enviado Especial;	Interno	Indireta; Humana; Documental; Informação de primeira mão;
Matéria (23)	Correspondente; e Enviado Especial;	Interno	Indireta; Humana; Informações de primeira mão;
Matéria (24)	Correspondente; e Enviado Especial;	Externo	Direta; Humana; Informação de primeira mão;
Matéria (25)	Agência de notícias; e Local;	Interno	Indireta; Humana; Informação de segunda mão;
Matéria (26)	Correspondente; e Enviado Especial;	Externo	Direta; Humana; Documental; Informação de primeira mão;
Matéria (27)	Correspondente; e Enviado Especial;	Interno	Indireta; Humana; Informação de primeira mão;
Matéria (28)	Enviado Especial;	Externo	Direta; Humana; Informação de primeira mão;
Matéria (29)	Correspondente;	Externo	Direta; Humana; Documental; Informação de primeira mão;
Matéria (30)	Correspondente;	Interno	Direta; Humana; Informação de primeira mão;
Matéria (31)	Correspondente;	Interno	Direta; Humana; Informação de primeira mão;

Fonte: Maiara Camini, 2016.

O conteúdo disposto no quadro acima corresponde ao resultado 1º nível (Marcas de apuração) da metodologia de análise de cobertura, desenvolvida por Silva e Maia (2010). Todas as 31 matérias foram analisadas a partir das três categorias específicas deste 1º Nível de análise. Na primeira categoria, a de assinatura, foi identificada uma eminência em relação ao conteúdo produzido por correspondentes, fato este justificável, por se tratar de um acontecimento fora do Brasil, ao todo foram 22 matérias assinadas por correspondentes da Folha, sua grande maioria pelos correspondentes de Paris, local do acidente e concentração das investigações, e de Londres, capital da Inglaterra, onde a família real reside. Estes correspondentes, que integram a equipe da editoria Mundo estão localizados em países estratégicos, lugares que geralmente despertam um interesse maior dos leitores. (BAHIA; RIGUEIRA, 2010, p.64-65). Ainda nesta categoria, foram identificadas cinco matérias de

agência de notícias publicadas na íntegra, oito assinadas pelo repórter enviado especial à Inglaterra, três matérias da redação paulista da editoria Mundo e três publicações de Jornais ingleses e franceses. A utilização de conteúdo produzido por agência de notícias é comum nas editorias internacionais, pois as agências funcionam mais como uma primeira campanha de alarme para as redações, e cabe a cada um realizar o seu controle dos seus respectivos despachos. (GOLDING – ELLIOTT apud WOLF, 1995, p.208).

Quanto à segunda categoria deste nível, que buscou compreender o local da apuração dos fatos, a partir de vestígios no texto, como por exemplo, a descrição do ambiente e de elementos do cenário. Para isso Silva e Maia (2010) apresentam duas alternativas de produção, em meio interno (quando o profissional não se deslocou até o local do acontecimento) e em meio externo (onde a evidências que o repórter esteve no local). Nesta pesquisa conclui-se que 21 matérias foram produzidas por meio interno, seja a partir de informações divulgadas por agências, assessorias, ou até mesmo a apuração dos fatos por telefone. Somente 11 matérias apresentam elementos descritivos sobre o ambiente, à sensação e o olhar do repórter perante o acontecimento ali noticiado.

Já a origem da informação, terceira e última categoria deste primeiro nível, as autoras trazer uma tipificação de segue três critérios: (a) a forma que a informação foi obtida; (b) a natureza das fontes; e (c) em caso de fontes humanas, qual a posição delas em relação ao acontecimento. No primeiro critério que é definido por forma direta e indireta de obtenção das informações, constou que 21 das 31 matérias analisadas apresentam características de apuração indireta, logo, as 11 matérias restantes se enquadram no meio de apuração direta, onde fica evidência no texto que o repórter foi ativo na coleta das informações necessárias.

Quanto ao segundo critério, o da natureza das fontes, 26 matérias indicam fontes humanas, e sete demonstram natureza documental. O terceiro critério que trata especificamente sobre a posição das fontes humanas quanto ao acontecimento, Silva e Maia (2010) trazem duas classificações, a de informações de primeira mão e a de informações de segunda mão. Na amostra analisada consta que 17 matérias contem fontes de primeira mão e 12 contém fontes de segunda mão.

Quadro 4. Análise de Cobertura Silva e Maia (2010) – 2º Nível – marcas de composição do produto

Nº matéria	Gênero jornalístico/natureza texto informativo	Localização do texto no veículo	Recursos visuais
Matéria (01)	Notícia;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	Fotografia;
Matéria (02)	Notícia;	Página ímpar; Página inteira; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia; Boxe;
Matéria (03)	Reportagem Especial;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	Fotografia;
Matéria (04)	Reportagem Especial;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	Fotografia;
Matéria (05)	Reportagem Especial;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia; Boxe; Infográfico;
Matéria (06)	Reportagem Especial;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (07)	Reportagem Especial;	Página par e ímpar; Página inteira; Várias Páginas (2); Editoria Mundo; Manchete;	16 Fotografias; 2 Boxes
Matéria (08)	Reportagem Especial;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	
Matéria (09)	Reportagem Especial;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (10)	Reportagem Especial;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia; Infográfico;
Matéria (11)	Reportagem Especial;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (12)	Reportagem Especial;	Página par; Página inteira; Editoria Mundo; Manchete;	6 Fotografias;
Matéria (13)	Notícia;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	Fotografia;
Matéria (14)	Notícia;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Infográfico;
Matéria (15)	Reportagem;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (16)	Reportagem;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (17)	Notícia;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (18)	Notícia;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	
Matéria (19)	Notícia;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria	

		Mundo; Manchete;	
Matéria (20)	Notícia;	Página ímpar; Quadrante superior direito; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	
Matéria (21)	Notícia;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	
Matéria (22)	Reportagem;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (23)	Notícia;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	
Matéria (24)	Entrevista;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	2 Fotografia;
Matéria (25)	Reportagem;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (26)	Reportagem;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (27)	Notícia;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete; Chamada de capa;	Fotografia; Infográfico;
Matéria (28)	Reportagem;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	Fotografia;
Matéria (29)	Reportagem;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	2 Fotografia;
Matéria (30)	Notícia;	Página par; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	
Matéria (31)	Reportagem;	Página ímpar; Quadrante superior esquerdo; Metade superior; Editoria Mundo; Manchete;	

Fonte: Maiara Camini, 2016.

Silva e Maia (2010) denominam o segundo nível de sua metodologia, como marcas de composição do produto. Nesta etapa é possível ter uma visão mais ampla do objeto, pois o foco não está apenas no texto, mas sim no conjunto, como na diagramação dentre outros elementos. Assim como no nível anterior, este também possui três categorias para análise.

A primeira buscou identificar qual o gênero jornalístico informativo, obteve maior destaque no conteúdo analisado. Melo (2010), define os formatos desta categoria informativa em: nota, reportagem, notícia e entrevista. (MELO, 2010, p.50). Identificou-se então a presença de 12 notícias, oito reportagens, uma entrevista e 10 reportagens especiais, presentes no caderno especial, publicado no dia seguinte à morte. Já na segunda categoria, a de localização do texto no veículo, foi estabelecido um padrão graças ao recorte realizado na amostra, onde se analisou apenas as informações de abertura de página, que justifica a

repetição na classificação da localização (Quadrante superior esquerdo; Metade superior; e Manchete;), além de que todo o material analisado faz parte da editoria Mundo. Além destas características em comum entre a amostra, foi possível destacar a presença de oito chamadas de capa, duas matérias de páginas inteira e para finalizar é relevante mencionar a presença maior de conteúdo em páginas ímpares, que no total foram 16 páginas contra 14 páginas pares.

Para finalizar, este segundo nível traz como última categoria de análise, a presença de recursos visuais. Nesta categoria foram encontrados quatro elementos que estiveram presentes como complemento das matérias analisadas. A fotografia esteve presente em 20 matérias, variando em sua quantidade, foi identificado também ao longo da amostra, três matérias com box, quatro com infográfico e um total de nove matérias sem nenhum elemento de auxílio visual. Vale ressaltar que a pesquisa não teve como objetivo analisar a fundo os elementos visuais da amostra, sendo assim esta breve descrição da presença ou não de fotografias, foi realizada apenas para seguir a metodologia de análise de cobertura de Silva e Maia (2010).

No último nível de análise de cobertura, tratado pelas autoras como, aspectos de composição do produto, é possível visualizar a amostra de maneira mais ampla, complementando as informações obtidas nos níveis anteriores. A pesquisa está localizada em um cenário sócio-histórico-cultural onde a monarquia inglesa estava em alta, pois a mídia adorava Lady Di e o divórcio que aconteceu oficialmente em 1996, um ano antes do período da amostra aqui presente, foi um dos fatores determinantes para o aumento do assédio da mídia e conseqüentemente da sociedade perante a Princesa, pois todos queriam saber quais seriam os próximos passos de Diana.

Este processo da sociedade buscar informações diárias de determinada pessoa, caracteriza-se no processo de criação de mito, onde Contrera (2002) apresenta uma forma que a sociedade midiaticizada encontra em criar uma “peça”, para encenar as suas inseguranças e tormentas, isso também explica o porquê de 90% dos temas abordados pelos meios de comunicação são mortes, catástrofes, tragédias e miséria. E é justamente nessa situação de morte que a mídia tenta inverter esta situação, por meio de uma ação imaginativa, trazendo a tona histórias de todos os temas sobre a vida dessas pessoas. Processo este, que parte para a definição de estereótipo, onde o mito passa a ser chamado de mito da mídia, criado a partir de estética e estereótipo, com o objetivo de incentivar o consumo de massa. (CONTRERA, 2002, p.70-75). A imagem da Princesa Diana se encaixa perfeitamente nas descrições de Contrera (2002), uma vez que com sua morte, os veículos produziram os mais diversos conteúdos tratando desde saúde, família, círculo de amigos, campanhas humanitárias e moda. Esta

superexposição de Lady Di na mídia fortaleceu ainda mais o seu título de mito da mídia, pois ela era um dos estereótipos da época, ela despertava o interesse da sociedade perante as suas ações, e conseqüentemente fortaleceu o consumo de massa sobre todo e qualquer conteúdo que lhe era relacionado.

As autoras em sua metodologia listam dois contextos, o interno e o externo, que são fundamentais para finalizar a análise de cobertura. No contexto interno, que aborda mais o conteúdo da pesquisa, pode-se apontar que este material analisado não se caracteriza como um produto segmentado. O público alvo identifica-se como os seus leitores do impresso e por fim o material apresenta aspectos informativos. Finalizando o terceiro nível de análise, o contexto externo desta pesquisa aborda a importância do acontecimento quanto à tragédia, ainda mais quando uma figura da mídia esta envolvida.

A cobertura jornalística da pesquisa tem como tema a morte da Princesa Diana, que ocorre através de um acidente de carro, em Paris. A morte é de fascínio de milhares de pessoas, os veículos estão cada vez mais se tornando uma espécie de extensão dos nossos sentimentos, pois conforme esclarece Oliveira (2005), o nosso sofrimento vêm sendo prolongado pelos meios de comunicação de massa. A autora ainda afirma em sua tese, que a morte de uma figura pública, como era o caso de Diana, pode atingir a amplitude da cobertura de uma guerra. (OLIVEIRA, 2005, p. 1953-1961). Por meio desta declaração, coube então a esta pesquisa analisar como um veículo brasileiro noticiou está tragédia envolvendo uma das figuras mais fotografadas dos anos 90. Identificou-se então aspectos como, o choque da morte, trazendo à tona a sensibilidade no texto, a partir de fontes trazidas pelo veículo em algumas de suas reportagens.

A seguir, segue nos quadros 4 e 5 o resumo das metodologias utilizadas, a fim de deixar mais claro os resultados da pesquisa.

Quadro 5. Resumo Análise Acontecimento

<p>Acontecimento a partir de sistemas - Morin (1972).</p> <p>(MORIN apud CHARADEAU, 2012, p.98).</p>	<p>- Fenômeno Heterogerado: A morte da Princesa se enquadra como um fenômeno heterogerado, pois assim como o autor define, estes acontecimentos têm como característica os encontros inesperados de elementos que pertencem a sistemas diferentes, que lhe caracteriza como um acontecimento perturbador, pois não é algo previsível e nem segue uma ordem. Aspectos estes que se enquadram no objeto analisado, pois além de gerar perturbação, por se tratar de uma perda, um acidente é algo totalmente imprevisível.</p>
<p>Potenciais do acontecimento - Charadeau (2012).</p> <p>(CHARADEAU, 2012, p.101-102).</p>	<p>- Potencial de atualidade: A cobertura se encaixa no potencial de atualidade, pois informou a morte no mesmo dia em que ela ocorreu, o acidente ocorreu na madrugada do dia 31 de agosto 1997 e a Folha de São Paulo já trazia em sua capa, como manchete principal a morte de Lady Di. Outra característica deste potencial, trata sobre a proximidade do veículo em relação ao acontecimento, o jornal mesmo estando em outro continente se preocupou em noticiar o fato.</p> <p>- Potencial de socialidade: A mostra da pesquisa também se enquadra neste potencial, pois todas as notícias e reportagens encontram-se na editoria Mundo do impresso, aspecto determinante neste potencial.</p> <p>- Potencial de imprevisibilidade: Aqui a amostra se encaixa, pois por se tratar da morte de uma das figuras mais populares da época é facilmente encontrado o aspecto de despertar a emoção dos leitores e o jornal fez isso em sua cobertura, por meio de relatos de fontes populares.</p>
<p>Visão Sistêmica de Luhmann, apresentada por Santos (2007).</p> <p>(SANTOS, 2007, p. 387-390).</p>	<p>Mega Acontecimento: Levando em consideração a classificação de Luhmann, onde o mega – acontecimento, que possui como característica uma alta dose de violência real e simbólica, além de um grande nível de negatividade, como desastres da natureza e mortes. Pode-se concluir que a morte de Diana se encaixa nesta categoria, pois o veículo não noticiou a morte apenas no dia do acontecimento (31/08/97). A Folha se preocupou em apurar e reunir informações sobre a Princesa, para então publicar um Caderno Especial de 11 páginas, no dia seguinte à morte, além de destinar uma média de sete páginas para a Editoria Mundo, com a finalidade de acompanhar o desenrolar dos fatos. Ao longo dos cinco dias de amostra o veículo dedicou 31 páginas de conteúdo sobre o caso Diana.</p>

Fonte: Maiara Camini, 2016.

Quadro 6. Resultado Análise de Cobertura Silva e Maia (2010)

1º Nível – Marcas de Apuração	Assinatura: Correspondente – 22; Enviado Especial – 8; Agência de notícias – 5; Local – 3; Publicação de outro veículo – 3;	Local: Interno – 21; Externo – 10;	Origem: (a) Forma que a informação foi obtida: -Direta - 11; -Indireta - 20; (b) A natureza da fonte: -Humana - 26; -Documental - 7; (c) Posição da fonte (humana) quanto ao contexto do acontecimento: -Informação de 1ª mão - 17; -Informação de 2ª mão - 12;
2º Nível – Marcas de composição	Gênero Jornalístico: Notícia – 12; Reportagem Especial – 10; Reportagem – 8; Entrevista – 1;	Localização: Página par – 14; Página ímpar – 16; Quadrante superior esquerdo – 27; Quadrante superior direito – 1; Página inteira – 2; Várias páginas – 1; Metade superior – 28; Editoria Mundo – 31; Manchete – 31; Chamada de capa – 8;	Recursos Visuais: Fotografia – 20; Boxe – 3; Infográfico – 4; Sem recurso visual -9;
3º Nível – Aspectos do contexto de produção	Contexto interno: Pode-se apontar que o material analisado, não se caracteriza como um produto segmentado, o público alvo identifica-se como os seus leitores do impresso e por fim o material apresenta aspectos informativos. Contexto externo: A pesquisa aborda a importância do acontecimento quanto à tragédia, ainda mais quando uma figura da mídia está envolvida. A cobertura jornalística da pesquisa tem como tema a morte da Princesa Diana, que ocorre através de um acidente de carro, em Paris, ninguém esperava pela morte de Diana. Identificou-se aspectos como o choque da morte, trazendo no texto traços de sensibilidade, a partir de fontes trazidas pelo veículo em algumas de suas reportagens.		

Fonte: Maiara Camini, 2016.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar as cinco capas e 31 matérias de abertura de página da editoria Mundo, do jornal Folha de São Paulo, no período de 31 de agosto até 04 de setembro de 1997, que constituem o objeto de estudo deste trabalho, é possível destacar que o formato informativo que esteve em maior evidência foi a reportagem. Este apontamento segue a definição de Melo (2010), onde o autor classifica reportagem como um relato ampliado, ou seja, possibilita um aprofundamento maior dos fatos, o que justifica a maior presença de reportagens nesta cobertura, pois um dos fatores que determinaram a predominância deste formato foi o envolvimento direto de uma princesa, aclamada e perseguida pela mídia mundial, em um acidente automobilístico fatal, onde coube aos veículos utilizar este método informativo a fim de contextualizar os seus receptores da melhor forma.

A conclusão de que o formato reportagem foi o mais utilizado pelo veículo em sua cobertura, só foi possível constatar a partir do 2º nível de análise de cobertura de Silva e Maia (2010), onde foi detectado um total de 18 reportagens, sendo que, 10 das 18 reportagens estão acondicionadas no caderno especial, com 11 páginas publicadas no dia 01 de setembro de 1997, o dia seguinte à morte. A presença de um material especial tratando não só sobre morte da princesa, mas também sobre a família real, a repercussão do acidente e com uma contextualização de quem era Diana e o que ela representava, nos faz ter uma visão mais ampla do poder do “mito midiático” Lady Di nos anos 90.

Outro aspecto evidenciado a partir, das marcas de apuração, o 1º nível de análise de Silva e Maia (2010), onde percebeu-se que, 23 notícias/reportagens foram produzidas por correspondentes e pelo enviado especial do veículo, neste dado podemos reforçar a importância das agências de notícias e dos correspondentes para a realização de coberturas internacionais, como foi o caso desde acontecimento, onde o veículo pode contar com o auxílio de informações produzidas e disseminadas pelas agências e de conteúdo exclusivos produzidos pelos seus respectivos correspondentes. Das 23 matérias produzidas pelos correspondentes, concluiu-se que 21 foram produzidas de forma interna, ou seja, o profissional não esteve no local do acontecimento, sendo assim as informações descritas apresentam indícios de obtenção indireta, isto é, informações concedidas por terceiros, onde conforme a categorização de Silva e Maia (2010), das 23 matérias, 17 possuem informações de primeira mão, obtidas diretamente pelos autores do texto, que podem ser por meio de

declarações públicas ou coletivas de imprensa, já o restante do material caracteriza-se em informações de segunda mão, que tem como, por exemplo, as agências de notícia.

Como já descrito acima, no 2º nível de análise ficou clara a presença maior do formato informativo reportagem, que totalizou 18, contra 12 notícias e apenas uma entrevista, além disso, todos os cinco dias da amostra possuíram chamadas de capa, reforçando a tese de Contrera (2002) apresentada na base teórica da pesquisa, onde consta que aproximadamente 90% dos temas abordados pelos meios de comunicação envolvem mortes, catástrofes, tragédias e miséria. Outra característica que chamou a atenção foi a presença de no mínimo uma chamada de capa, sobre o assunto no decorrer de cinco dias seguidos, o que não é comum os veículos impressos, o que destaca ainda mais o impacto sócio-histórico-cultural que a morte da princesa Diana causou na história contemporânea mundial.

Já no terceiro e último nível de análise, onde se tratou a amostra de forma mais ampla, foi possível confirmar a tese de Contrera (2002), onde Lady Di se enquadra nas características de mito e estereótipo criado pela mídia, afim de incentivar o consumo, fato esse que se concretizou, pois para comprovar esta afirmação, pode-se usar como exemplo a intensa cobertura jornalística a fim de preencher todas as lacunas sobre a vida, a causa do acidente, o andamento das investigações, os preparativos do velório dentre outros muitos aspectos que poderiam despertar o interesse dos consumidores.

Ainda é possível destacar que em relação às classificações do acontecimento, a morte da princesa classifica-se como um acontecimento heterogerado, onde Morin (1972) esclarece que o acontecimento surge por meio de sistemas, e os acontecimentos heterogerados, nada mais é que o encontro de elementos pertencente a sistemas diferentes, e que assim causam algo perturbador, pois não são previsíveis e nem seguem uma ordem. Além desta classificação, a morte de Lady Di segue os potenciais de atualidade, socialidade e de imprevisibilidade apresentado por Charadeau (2012). No dia 31 de agosto, dia da tragédia, a Folha já trazia em sua capa como manchete o acidente e morte de Diana, reforçando o primeiro potencial, quanto ao segundo potencial que aborda a organização das notícias por temas, todas as notícias e reportagens sobre Diana encontram-se na editoria Mundo, e por fim o potencial de imprevisibilidade, que traz como característica despertar o lado emotivo, ficou claro que o veículo se utilizou desta característica em sua cobertura a fim de despertar a emoção de seus leitores, afinal o mundo perdeu a princesa do povo.

É possível afirmar que esta cobertura jornalística se enquadra na categoria de mega – acontecimento, da visão sistêmica de Luhmann apresentada por Santos (2007), pois a cobertura deste acontecimento não aconteceu somente por um dia único, mas sim por cinco,

onde o veículo se preocupou em contextualizar o seu leitor com reportagens especiais, além de acompanhar o desdobramento das investigações e preparativos para o velório.

A atenção que Diana Spencer recebeu pela mídia, desde os seus primeiros encontros com o príncipe até a sua morte, pode sim ser considerada como uma espetacularização. A sua imagem estereotipada e a sua aura de mito midiático só contribuiu para que o espetáculo Diana surgisse, pois conforme Debord (1997) o espetáculo é definitivamente um produto, que assim como o mito e o estereótipo a sua finalidade é impulsionar o consumo das massas.

Com isso, chega-se ao entendimento de que a pesquisa foi capaz de responder questionamentos quanto à compreensão do processo de seleção, tratamento e divulgação de um acontecimento, por meio de base teórica e pela análise de cobertura das autoras Silva e Maia (2010), que a partir de seus níveis de análise, esclareceu todos os indícios de produção e desenvolvimento da informação ali contida. E por último, no decorrer da pesquisa ficou claro todo o processo e a importância das agências de notícias na realização e disseminação das informações internacionais para veículos do mundo todo, pois assim Wolf (1995) cita o pensamento de Golding – Elliot, as agências funcionam como uma primeira campanha de alarme para as redações, e quanto mais à pesquisa avançava, mais cristalino ficava todo o processo realizado pelo veículo em sua cobertura deste acontecimento, com relevância internacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBERT, P; TERROU, F. *História da Imprensa*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- ANGRIMANI SOBRINHO, Danilo. *Espreme que sai sangue: um estudo do sensacionalismo na imprensa*. São Paulo: Summus, 2005.
- AVANCINI, Marta. *Acidente mata a princesa Diana*. Folha de São Paulo, São Paulo, 31 de agosto. 1997. Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/resultados/?q=princesa+diana&site=fsp&periodo=acervo&x=16&y=16>. Acesso em: 30 maio 2016.
- BAHIA, Ana Lúcia Alves, RIGUEIRA, Marina R.. Carlos. *Internet e reconfiguração da prática jornalística: a editoria internacional nos jornais Folha de S.Paulo, O Estado de S. Paulo e em seus respectivos portais*. Universidade Fumec, 2010. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-jornalismo_bahia.pdf. Acesso em: 19 abr. 2016.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BELTRÃO, Luiz. *A imprensa Informativa: técnica da notícia e da reportagem no jornal diário*. São Paulo: Folco Masucci, 1969.
- CHARADEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2012.
- CONTRERA, Malena Segura. *Publicidade e mito*. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, São Paulo, v. 29, n. 18, p.59-87, 23 nov. 2002. Semestral. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/65558/68171>. Acesso em: 22 abr. 2016.
- COSTA, L. A. da. *Gêneros jornalísticos*. In: MARQUES DE MELO, J.; ASSIS, F. de (orgs.). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Paulo: Metodista, 2010.
- DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ERBOLATO, Mário L. *Técnicas de Codificação em Jornalismo*. São Paulo: Ática, 1991.
- ESCUDEIRO, Camila. *A construção de gêneros jornalísticos a partir das sequências e marcas textuais*. Bauru: Intercom, 2013.
- JORNAL FOLHA. *Casamento entre Charles e Diana acaba oficialmente hoje*. São Paulo, 28 ago. 1996. Disponível em: <http://acervo.folha.uol.com.br/resultados/?q=princesa+diana&site=fsp&periodo=acervo&x=16&y=16>. Acesso em: 30 maio 2016.
- FLOSI, Edson. *Por trás da notícia*. São Paulo: Summus, 2012.
- GRUPO FOLHA. *Conheça a Folha de S.Paulo*. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/institucional/conheca_a_folha.shtml. Acesso em: 01 jun. 2016.

HEITLINGER, Paulo. *Layout: Design Editorial, Paginação, Boas Práticas de Composição e Regras Tipográficas*. 4ed. E-books tipográficos.net, 2016.

LAGE, Nilson. *Estrutura da Notícia*. São Paulo: Ática, 2004.

LAGE, Nilson. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 2002.

LOPES, Karine Elisa Luchtemberg dos Santos. *Análise da Evolução do Estereótipo das Princesas Disney*. 2015. 52 f. TCC (Graduação) - Curso de Publicidade e Propaganda, Centro Universitário de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <http://repositorio.uniceub.br/bitstream/235/7620/1/20977757.pdf> Acesso em: 22 abr. 2016.

FOLHA DE S. PAULO. *Manual de Redação*. 19.ed. São Paulo: Publifolha, 2013.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina (orgs). *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2008.

MELO, José Marques de. *A opinião no jornalismo brasileiro*. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (orgs.). *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Paulo: Metodista, 2010.

MORTON, Andrew. *Diana: Sua Verdadeira História*. Rio de Janeiro: Record, 1992.

OLIVEIRA, Madalena. *Olhando a morte dos outros*. Actas do 4.º SOPCOM, Universidade de Aveiro, 2005. Disponível em: <http://www.sopcom.pt/actas/oliveira-madalena-olhando-morte-outros.pdf> Acesso em: 23 abr. 2016.

SANTOS, José Manuel. *O Mundo e o Tempo: Ensaios de Fenomenologia e Teoria da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2007.

SILVA, Gislene, orgs. *Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Gislene; MAIA, Flávia Dourado. *Análise de cobertura jornalística: proposta de um protocolo metodológico para estudos do acontecimento*. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo. São Luis: 2010.

WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1995.

ANEXOS

ANEXO I – CD-ROM com os arquivos PDF's das páginas analisadas;

Todos os 36 arquivos analisados estão gravados neste CR-ROM abaixo, onde a ordem dos arquivos esta definida a partir do seguinte critério: número de análise, dia e mês.

Exemplo: 01_31_08.

Os arquivos das capas estão renomeados com o seguinte padrão: capa, dia e mês.