



**Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas — FASA
Comunicação/Jornalismo
Marcelo Melo Rangel — 20277023**

INFORMAÇÃO X ESPETÁCULO:

O conflito no jornalismo contemporâneo

BRASÍLIA
2006



Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas — FASA
Comunicação/Jornalismo
Marcelo Melo Rangel — 20277023

INFORMAÇÃO X ESPETÁCULO

O conflito no jornalismo contemporâneo

Monografia apresentada como requisito parcial
para a conclusão do Curso de Jornalismo do
Centro Universitário de Brasília - UniCEUB

Orientador: Professora Cláudia Busato

BRASÍLIA
2006



**Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas — FASA
Comunicação/Jornalismo
Marcelo Melo Rangel — 20277023**

INFORMAÇÃO X ESPETÁCULO

O conflito no jornalismo contemporâneo

Banca Examinadora:

BRASÍLIA
2006

SUMÁRIO

Apresentação	04
Capítulo I	05
1.1 - Teorização sobre Espetáculo	05
1.2 - Teorização sobre o que é notícia.....	08
1.3 - Teorização sobre a função do jornalismo.....	11
1.4 - Teorização sobre mídia impressa.....	13
1.5 - Teorização sobre público receptor.....	16
Capítulo II	18
2.1- O Papa como personalidade.....	18
2.2 - A visibilidade do Papa.....	21
2.3 - A morte do Papa.....	23
2.4 - A cobertura jornalística sobre o Papa.....	26
Capítulo III	29
3.1- Anos 2000, destaque na debilitação do papa	29
3.2 - Correio brasileiro e o papa, ano de 2002	29
3.3- Correio brasileiro e o papa, ano de 2003	31
3.4 - Correio brasileiro e o papa, ano de 2005	33
Conclusão	34
REFERÊNCIAS	37
ANEXOS	38

APRESENTAÇÃO

Por meio desta monografia pretendo mostrar que o público receptor padece de consciência frente a uma mídia que manipula informações e não realiza seu trabalho ético sempre discutido dentro das profissões que as sustentam. Para isso estudarei o caso da morte do papa João Paulo II, tendo como foco a mídia impressa, Correio Braziliense.

Utilizando grandes pensadores como Guy Debord, Mauro Wolf e outros, serão discutidas questões sobre o espetáculo que hoje está inserido na mídia, quase que, como sendo uma parte dela.

No capítulo I a discussão foca o espetáculo dentro da profissão do jornalista e do jornalismo. Nele eu teorizo sobre o espetáculo, as funções da mídia impressas, do jornalismo e do público receptor que é parte fundamental do processo jornalístico e midiático. Numa segunda parte o capítulo II foca seus objetivos no papa João Paulo II objeto de estudo e tema desta monografia. É abordadas, também, a cobertura realizada sobre a morte do papa, sua vida e ligação com a mídia.

No último capítulo é feita uma análise sobre as matérias realizadas pelo jornal impresso Correio Braziliense, que tratam de João Paulo II desde do ano 2000. Assim chegamos a conclusão, onde pretendo “avaliar” da melhor forma a abordagem do jornal sobre a morte do papa e repensar o jornalismo como dever e parte íntegra da sociedade.

CAPÍTULO 1

1. 1 - Teorização sobre o espetáculo.

“O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”.¹

Segundo Guy Debord, na sociedade do espetáculo a mediação também é espetacularizada. Fatos e acontecimentos que deveriam ser noticiados com seriedade e imparcialidade são emitidos conforme interesses organizados por de trás da informação, ou seja, pelo lucro. Assim, o espetáculo cria - em jornais, revistas e emissoras televisivas - um grande “palco” onde não parece mais importar como a notícia deve ser passada, apenas que deve ser veiculada com “êxito”.

Foi o que também aconteceu durante a cobertura feita sobre a morte de João Paulo II, já que o *Correio Braziliense* publicou várias matérias como se o papa, até então hospitalizado, já estivesse morto. Em manchetes como “Os Desafios do próximo papa” fica fácil perceber que o espetáculo torna-se mais original do que o fato original. Ou seja, mesmo antes de morrer, as notícias eram transmitidas com um tom tão espetacular, que mesmo vivo, o papa parecia já estar morto. O “vivo-espetacular” de João Paulo II era a sua morte. E o “barulho” que se fez vendeu muitos jornais, o que não foi diferente quando de fato o papa morreu. Assim, confirma-se a lógica do espetáculo:

O nosso tempo prefere a imagem à coisa, a cópia ao original, a representação à realidade, a aparência ao ser. O espetáculo considera que ilusão é sagrada, e a verdade é profana. E mais: a seus olhos o sagrado aumenta à medida que a verdade decresce e a ilusão cresce, a tal ponto que, para ele, o cúmulo da ilusão fica sendo o cúmulo do sagrado.²

¹ DEBORD, Guy, *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 14.

² FEUERBACH apud DEBORD Guy, *A Sociedade do Espetáculo*, Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 13.

Com isso surgem vários questionamentos sobre o papel social da mídia e do jornalismo, que padecem e não prestam seu devido papel na sociedade. A mídia media os conflitos sociais, o que dá a ela um poder de defensora da ética. Mas como confiar numa mídia que tem influência política e econômica arraigadas no seu fazer? Como confiar se determinados interesses permeiam o dia a dia de repórteres e jornalistas? Ou seja; além de espetacular, como saber se ela defende um interesse ou não?

A mídia e o jornalismo padecem porque as informações estão sendo tratadas como mercadoria. Informações que deveriam ter valor imparcial, factual e muitas vezes, de utilidade pública, agora fazem parte de um espetáculo que manipula a informação como um jogo. Um jogo que faz do real o hiper-real e afasta cada vez mais os jornalistas da origem de suas matérias. Guy Debord³ afirma que a perda de qualidade acontece em todos os níveis, dos objetos que a linguagem espetacular utiliza às atitudes que ela ordena. Sob todos os pontos de vista, a forma-mercadoria é, segundo Debord, a igualdade confrontada consigo mesma, a categoria do quantitativo.

A hipérbole do espetáculo só pode se desenvolver sobre si própria, ou seja, é claro que a linguagem espetacular traz uma perda de qualidade nas matérias hoje realizadas. O fato de se usar a realidade, ou informações reais de forma espetacular para se conseguir lucro ou objetivos de determinados interesses, “brinca” com o sério e zomba de uma sociedade que, acostumada ao circuito da noticiabilidade e à alienação, não percebe tais estratégias. Isso porque a forma espetacular é, quando transmitida, real para o receptor. Real devido à grande quantidade e reificação da informação, devido ao quantitativo-espetacular das informações mediadas por grandes personalidades e imagens.

Para quem emite a informação, a forma-espetáculo, é muitas vezes a forma mais eficaz de se ganhar dinheiro. Assim, o jornalista para estar no meio de produção, para conseguir viver, participa do espetáculo muitas vezes sem ter consciência disso. Mesmo assim não é possível fazer uma oposição abstrata entre

³ DEBORD, Guy, A Sociedade do Espetáculo, Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 28.

o espetáculo e a atividade social efetiva. Debord ⁴ diz que o espetáculo que inverte o real é efetivamente um produto do mundo vivido. Segundo o autor, a realidade vivida é, ao mesmo tempo, materialmente invadida pela contemplação do espetáculo e retoma em si a ordem espetacular à qual adere de forma positiva. Assim, a realidade objetiva será presente nos dois lados. Ela é estabelecida e 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, para Debord, a essência e a base da sociedade existente.

Não é possível se opor aos acontecimentos-espetáculo, nem contra uma informação espetacular. A informação, que só é notícia se tem determinado interesse, é efetivamente social quando altera ou explica a vida de determinado público ou pessoa receptora da informação. O que acontece é que o espetáculo faz com que essa informação se transforme em um produto e chegue de forma distorcida. Ou seja, o espetáculo consegue mesmo transformar-se em real. E por ser de natureza espetacular, ela é contemplada pelo público receptor como uma boa forma de transmissão, aderindo-se de forma positiva pelo público, muitas vezes sem que percebam essa inversão, transformação. A informação surge de fatos e determinados interesses reais, e é transmitida de forma tão espetacular que o espetáculo se torna real. Assim, é quase certo afirmar que fazer um alienado global acreditar que tal notícia espetacular, transmitida no Jornal Nacional, não é necessariamente correta, é praticamente impossível, por exemplo.

Debord afirma, ainda, que

a sociedade que se baseia na indústria não é fortuita ou superficialmente espetacular, ela é fundamentalmente espetaculoísta, ou seja, além de ser espetacular no sentido de produzir de informações o espetáculo é a imagem da economia reinante, o fim não é nada, o desenrolar é tudo. O espetáculo não deseja chegar a nada que seja ele mesmo”.⁵

Não se pode dizer que a mídia é um espetáculo. Ela é uma indústria do espetáculo, no sentido de que, ela sabe muito bem lidar com ele. É como uma

⁴ DEBORD, Guy, *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 16 a 17.

⁵ DEBORD, Guy, *A Sociedade do Espetáculo*, Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, p. 17.

novela onde quanto mais se cria drama mais excitante e espetacular ela fica. O caso da morte do papa João Paulo II foi um espetáculo, pois até sua efetiva morte foi criada uma verdadeira novela nuançada pelo tom espetacular. No entanto, para que o espetáculo seja constante, para que não tenha fim, ele se estende até onde pode para refluir novamente em si mesmo; no espetáculo. No caso do papa, apesar do espetáculo ter-se tornado real e de fato João Paulo ter “morrido” antes de efetivamente morrer, é praticamente correto dizer que toda a mídia, em seu uso forma-mercadoria e espetacular, adoraria que o papa demorasse mais a morrer. Assim,

o espetáculo domina os homens vivos quando a economia já os dominou totalmente. Ele nada mais é que a economia desenvolvendo-se por si mesma. É o reflexo fiel da produção das coisas, e a objetivação infiel dos produtores.⁶

Dentro de um sistema econômico que vincula informação e entretenimento, pode-se dizer que o espetáculo é a principal produção da sociedade atual. São filmes, novelas, documentários, noticiários e diversas mídias que produzem a “enganação”, distraíndo o público receptor que, sorrindo, toma pra si o espetáculo sem perceber o que perde e o mal que ganha ao aceitar para si a lógica do espetáculo.

1.2 - Teorização sobre o que é notícia

Os cursos de jornalismo pregam que para ser notícia a informação deve ter interesse público ou ser de interesse para um determinado público. A notícia deve ter um vínculo com a atualidade e referir-se a serviços, bens, fatos que alterem ou expliquem a vida das pessoas. Quando a notícia tem tom espetacular ela usa de um bem, serviço, interesse ou fato. O que acontece é que ela abusa de um desses critérios, prolongando seu espaço na mídia sem mais ser algo novo que realmente

⁶ DEBORD, Guy, A Sociedade do Espetáculo, Rio de Janeiro: Contraponto, 1997, pág 17

deva ser noticiado. Assim se confunde o *news*, o atual, com novidade. Isso é o espetáculo, o novo que impacta.

Mauro Wolf ⁷ é um dos autores que melhor teorizou sobre o que é notícia. Segundo ele, a notícia é formada por uma série de requisitos que se exigem dos fatos e acontecimentos para ela ser tornar uma notícia. Esses requisitos são chamados de “Valores-notícia”, que ele dividiu em cinco critérios. O substantivo, o relativo ao produto, o relativo ao meio, o relativo ao público e o relativo à concorrência. Então dentre esses critérios os atributos que formam ou ignoram um acontecimento para se tornar notícia, ou não, tem em nível hierárquico que envolver um indivíduo. Ela tem que agregar proximidade, quantidade de pessoas envolvidas, significância futura, novidade, atualidade e interesse público. Ou seja, o próprio acontecimento pode conter em si mesmo atributos que o tornam notícia. Entretanto, é necessário que a notícia complemente com sua origem ou natureza as necessidades dos jornalistas e dos meios que eles trabalham. Isso decorre muitas vezes, não do acontecimento, mas sim das exigências e circunstâncias do trabalho do jornalista.

Quando o acontecimento tem atributos e é enfim notícia se percebe que a forma como o jornalista constrói a notícia pode alterar o discurso jornalístico. É o que Luiz Gonzaga nota sobre o meta-acontecimento. Segundo o autor, na verdade a forma como a matéria é passada e a fantasia que cada leitor cria ao ler os textos pode sim perder seu efeito de transmitir o acontecimento como notícia jornalística.

O meta-acontecimento não é regido pelas regras do mundo natural, mas pelas regras do mundo simbólico, articulando as instâncias enunciativas do sujeito (o repórter) e do objeto (o fato), os agentes e os autores.⁸

Ou seja, quando a mídia transmite uma informação ou produz um novo acontecimento a se integrar ao mundo, ela diz que a notícia pode transcender seu significado para muito além da notícia em si, pelo simples fato dela existir.

⁷ WOLF, Mauro, *Teorias da Comunicação*, Portugal: Presença, 1994.

⁸ GONZAGA, Luiz. *Teoria da Notícia: As relações entre o real e o simbólico*. In: PORTO, Sergio (org.). *O Jornal: Da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 316.

Com João Paulo II poderíamos dizer que a mídia “celebrando” o fato de estar hospitalizado “deslizou” o significado da notícia estabelecendo, simbolicamente, a morte do papa e que, se ele ainda não havia morrido, logo estaria morto. Ou seja: o mundo deveria se preocupar com quem ocuparia seu lugar. Tudo feito com matérias que, de certa forma, prolongavam-se e se mantinham na mídia até sua morte deixar de ser simbólica e tornar-se, um fato.

Há quem diga que o espetáculo em torno da morte do papa se explica pelo fato deste papa se expor mais que os anteriores e de ter sido uma grande personalidade. Líder do catolicismo, João Paulo II foi considerado o papa mais popular na história dos papas. Mas a forma como a mídia trata a morte, principalmente de grandes personalidades não é justa. É certo dizer que muitos jornais e veículos fizeram questão de realizar uma boa cobertura para aumentar sua credibilidade. Mas no caso da morte do papa o espetáculo foi abusivo. Toda a imprensa e mídia usaram imagens de grande impacto que, desde sua hospitalização, antecipavam a pergunta sobre quem seria seu sucessor. Jornais e revistas estampavam sua dor, expunham-no à morte e, quando morreu, usaram-na como motivo para mais espetáculo. Neste movimento reificado da notícia, Guy Debord aponta que o espetáculo se desenvolve por si próprio.

Maurice Mouillaud⁹ explica que a mídia tem dois grandes mortos, os banais e os exclusivos. Os mortos banais são aqueles do cotidiano jornalístico, que tem diferente posição na mídia, conforme sejam mortos crônicos, acidentais, privados ou públicos. Já os mortos exclusivos são aqueles onde se percebe que sua morte é uma informação única. É aquela que tem lugar ‘privilegiado’ no jornal e na mídia. O morto se torna um *flash*. Basta uma frase com o nome, o verbo de ligação e o predicado para produzir uma notícia com efeito. Ainda mais quando se trata da morte de uma personalidade como o papa, o despojamento é o atributo primário a ser percebido. A grande morte na mídia é repentina, surge do nada e a mídia capta sem perceber.

⁹ MOUILLAUD, Maurice. *As grandes mortes na mídia*. In PORTO, Sérgio (Org.). *O Jornal: Da forma ao sentido*. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 349.

Assim como as notícias espetaculares sobre a morte do papa, a notícia ao ser publicada passa, ela própria, a significar. É o que explica Mauillad ¹⁰, ao dizer que o último clichê, tomado sobre precipício, é modificado. É como a visão da morte que ela não viu chegar. O tempo da mídia da morte é construído ao avesso do tempo clássico; ao fluxo da fala com um acompanhamento de um “futuro morto próximo”, e opõe um momento instantâneo (fotográfico) que não faz sentido algum. Hoje a morte na mídia é instantânea. E no caso de um papa ainda mais. Informações praticamente em tempo real nos dão a certeza de que se alguém importante morre, bastam poucos minutos e até segundos para que a mídia toda saiba e possa divulgar.

Enfim, refletir e escrever sobre o que é notícia e sobre como se deve passar a notícia, sendo ela a morte de uma grande personalidade ou não, faz pensar que as notícias não têm neutralidade ou imparcialidade, atributos até então básicos para um jornalista. A seleção dos fatos que se tornam notícia e sua objetividade é hoje um complexo exercício de antecipação do cotidiano, que desmente mitos e arranca máscaras na vida de muitos profissionais do jornalismo.

1.3 - Teorização sobre a função do jornalismo

A função do jornalismo é rerepresentar a realidade tendo como função ser uma janela de informações para o receptor. E não fazer do real e factual um espetáculo que atende a uma demanda de lucro ou interesse. O jornalismo não pode perder sua função social e se tornar um problema de comunicação.

Vera Regina Veiga França, no texto *Construção Jornalística e Dizer Social*, repositiva a questão. Para ela, há bastante tempo se busca identificar e compreender a intervenção dos meios de comunicação na sociedade de massa. “Os meios deixaram de ser vistos como uma instância neutra e passaram a ser

¹⁰ Ibid., p. 351-352.

tomados na sua natureza ideológica e de classe, instrumento de poder político e econômico como uma esfera de dominação”, explica Veiga França.¹¹

Ainda assim, os princípios básicos do jornalismo como clareza, objetividade e imparcialidade, não parecem se perder dentro de uma notícia. Mas sim seu significado informativo parece ter direção, perseguindo outros interesses. Com isso sua importância é ratificada e explicita seu significado. O jornalista deve saber que não existe sociedade de massa e ainda, democrática, sem o direito à informação com imparcialidade. A informação sincera é, fundamentalmente, a função do jornalismo.

A propósito, a morte do papa serve de exemplo para mostrar como a mídia em geral constrói realidades com “eventos” indispensáveis ao mundo capitalista em que se inscrevem. O jornalismo poderia ter buscado socializar a informação de que ele havia morrido, e não usado desse fato para produzir mais informação. A função do jornalista não é gerar conteúdo, mas ter competência para relatar bem o acontecimento. Dar a conhecer ao público aquilo que não é público até então. O que se percebe atualmente é que a notícia, que trata eventos ocorridos por definição, agora dá continuidade a si mesma por meio do espetáculo. A notícia constrói um futuro dentro de sua própria informação. No caso do papa, a notícia construiu um futuro, e a informação que era sua morte, já espetacularizada, seguiu-se ao questionamento sobre quem seria seu sucessor.

Embora esse processo de construção social dependa dos conteúdos da mídia e dos discursos jornalísticos, é errado pensar que essa construção não tem a participação do público receptor. A notícia é uma realidade social construída, mas não é mais que uma das realidades que os indivíduos constroem todos os dias.

No texto *Delimitação, Natureza e funções do discurso midiático*, o professor e doutor pela Universidade Nova Lisboa, Adriano Duarte Rodrigues, discute as funções e objetivos do discurso da mídia. Segundo ele, “o discurso não é uma das funções entre outras da mídia. A mídia produz discursos como pintores pintam

¹¹ FRANÇA, Vera Regina Veiga. Construção jornalística e dizer social. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (org.). O jornal: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

telas, os músicos compõem musicas, os arquitetos projetam edifícios”.¹² Para Rodrigues, a mídia tem no discurso seu objetivo e sua expressão final. Assim, o discurso midiático se apresenta como único, acabado e sem mais ou menos modificações, o que é enganador. É diferente dos discursos do cotidiano. Estes são espontâneos e, para tê-los como discurso, passa-se por uma série de esperas, mudanças, hesitações. Já o discurso midiático não, ele apresenta enunciados que se mostram finalizados, ele flui constantemente e não mostra suas condições de produção. Com isso, o discurso midiático consegue persuadir o receptor e camuflar seu verdadeiro enunciado, que passa despercebido e acaba sendo aceito pelo público.

O jornalismo, então, deixa de ser uma forma específica de conhecer o mundo ligado ao “aqui e agora”. A informação hoje gira em torno da velocidade. Por isso, questionar a formação e a postura do jornalista perante o mundo e o público é importante. O jornalismo deve ser humano, e não uma máquina trituradora de objetos da vida humana; tem que honrar o compromisso sério há séculos firmado com a sociedade. Assim, usar o termo “função social” dentro do jornalismo é correto e necessário. Talvez se encaixe melhor o termo “missão”, porque é como uma missão que o jornalismo se põe diante dos acontecimentos, para melhor compreender o mundo tecnológico, social, econômico e político de seu tempo.

1.4- Teorização sobre mídia impressa

A mídia impressa é considerada, para muitos, uma ultrapassada forma de se fazer jornalismo. Com as novas tecnologias que surgem e os avanços do jornalismo em relação a ela, uma nova era parece estar sendo formada. A era da

¹² RODRIGUES, Adriano, Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: PORTO, Sergio (org.). O Jornal: Da forma ao sentido. 2.ed. Brasília: Paralelo 15, 1997, pág 217.

interatividade. Por isso, quando se fala em novas tecnologias se pensa em crise no jornalismo tradicional.

A forma de fazer jornalismo mudou. Há 25 anos atrás apenas, jornalistas usavam máquinas de escrever para fazer uma matéria. Algumas atividades como *copydesk* e revisão foram hoje abolidas e se tornaram ultrapassadas. Já se reconhece que com a internet o jornalismo assimilou com novos termos: interatividade e velocidade e, com isso, novas práticas.

Contudo, não se pode afirmar que a mídia impressa está a caminho de seu fim. Nos últimos anos muitas soluções já foram reveladas para os jornais impressos. Entre elas está o aprofundamento do assunto, já que a objetividade é um fator preponderante nas novas tecnologias informativas. O fator emotivo ou busca pelo lado dramático do assunto, também devido à objetividade nos novos meios. A credibilidade e a qualidade demandam reflexão. No futuro, só os veículos credíveis serão possíveis sobreviventes no jornalismo e é aí que o jornalismo impresso respira e se repensa.

Roger Silverstone explica que no futuro todos terão escolhas e mais escolhas sobre o que quiserem ver, saber, se aprofundar. Em diálogo com Nicholas Negroponte explica o futuro tecnológico, ao dizer o sujeito terá mais poder computacional nos brincos do que no nosso PC atual, que a mídia será redefinida por sistemas para transmitir e receber informações e entretenimento personalizados. Roger Silverstone, então, se questiona: Se toda minha informação for personalizada como aprender algo novo?

De fato, a *Internet* é bom instrumento para o jornalismo em geral. Facilitou o acesso às informações, o contato com fontes e a pesquisa de apuração. Mas ao mesmo tempo ela dá a todos uma arriscada liberdade: a distribuição da informação jornalística. Ninguém mais precisa ser de um jornal ou veículo para divulgar notícias e essa é a grande questão. A mídia impressa perderia ou não seu valor de existência? Ora, todos podem, com a *Internet*, ser seus próprios produtores e distribuidores de informação. Todos podem ser jornalistas. E o que faz diferença entre o cidadão comum que apura, faz matéria e distribui informação de um jornalista profissional é a qualidade e credibilidade.

Como colocado anteriormente, apenas os veículos que as tiverem sobreviverão na profissão. Soma-se a isso o fato de que as novas tecnologias ampliaram a capacidade de pesquisa e produção informativa e banalizaram a atividade de reportagem e pesquisa já que, com a internet a prática de entrar na rede e retirar informações por meio do famoso CTRL C e CTRL V e assim “fazer uma matéria” sem sair da frente do computador, sem sair para a apuração dos fatos, é cada vez mais normal. Como quase todos os veículos acessam as mesmas notícias distribuídas pela rede, toda a mídia trata simultaneamente dos mesmos assuntos. Isso faz com que a notícia sempre trate os assuntos em pauta pelos mesmos enfoques, inclusive na mídia impressa.

O jornalismo impresso, de rádio ou tv modificou-se. Para Marshall McLuhan¹³, as novas tecnologias de comunicação do mundo trazem enormes mudanças estruturais no ambiente humano. Segundo ele, a tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo. Hoje, o jornalismo vive no Brasil condições que permitem fazer uma análise perspectiva e prospectiva desse novo ambiente. Segundo Roger Silverstone¹⁴, ao escrever *Os meios de comunicação como extensões do homem*, McLuhan queria que vissemos

A tecnologia como física, como extensões de nossa capacidade humana de agir, psicologicamente e fisicamente. Nossa mídia, especialmente, ampliou sua extensão e seu alcance, nos dando um imenso poder, mas também modificando o ambiente em que o poder é exercido.¹⁵

Poder este, da mídia, que antes exercia suas atividades predominantemente em meio impresso e hoje funciona de forma totalmente nova, ou seja, de forma tecnológica.

Pelo exposto, torna-se óbvio que o domínio dessas tecnologias é fundamental para o exercício do jornalismo. Acreditou-se durante muito tempo que o bom jornalismo era basicamente a capacidade de escrever com qualidade, mas

¹³ MCLUHAM, Marshall apud SILVERSTONE, Roger. *Porque estudar a mídia ?*, São Paulo: Loyola, 2002.p. 48.

¹⁴ SILVERSTONE, Roger. *Porque estudar a mídia ?* São Paulo: Loyola, 2002. p. 48.

¹⁵ MCLUHAM, Marshall apud SILVERSTONE, Roger. *Porque estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002, p. 48.

a prática jornalística sempre esteve aliada ao domínio de tecnologias. Marshall McLuhan afirmou que a tecnologia poderia ser vista como encantamento. Assim, a tecnologia como encantamento seria uma criação dos humanos para ter controle sobre as idéias e as ações das pessoas.

Ainda assim a tecnologia, como encantamento ou não, vem tirando da mídia impressa a sua estória que já teve por si própria uma dimensão social e cultural enormes. A única saída da mídia impressa numa era de informação e tecnologia é se “deformar” e saber permanecer dos dois lados para assim achar uma diferença explícita entre as duas formas de se fazer jornalismo. Independentemente do meio, as novas tecnologias obrigam o jornalista ter domínio técnico sobre a profissão de informar.

1.5 - Teoria sobre público receptor

“Precisamos compreender esse processo de mediação, compreender como surgem os significados, onde e com que conseqüências. Precisamos ser capazes de identificar os momentos em que o processo parece falhar, em que é distorcido pela tecnologia ou propósito. Precisamos compreender sua política: sua vulnerabilidade ao exercício do poder; sua dependência do trabalho de instituições e de indivíduos; e seu próprio poder de persuadir e de reclamar atenção e resposta”.¹⁶

Discutir o papel da mídia é fundamental para o jornalismo. Na sociedade contemporânea a mídia constitui um dos fatores básicos na formação do que é comumente conhecido como opinião pública. O que acontece é que o público receptor também tem um papel a desenvolver. Assim como a mídia tem o papel de manter a população informada, o público receptor não necessariamente se coloca como receptor passivo daquilo que é veiculado pelos meios de comunicação. Para isso, é necessário que cada um exercite sua atitude crítica, filtrando as informações e questionando-as, fazendo um contraponto e buscando, na opinião pública, uma opinião própria, particular, com a qual se identifique e na qual acredite.

¹⁶ SILVERSTONE, Roger. *Porque estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002, p. 43.

Ainda assim o que normalmente acontece é o contrário. A mídia costuma distorcer os dados e transmiti-los incompletos. O público, de outro lado, acaba por recebê-los como descrição fiel da realidade. Assim a mídia acaba tendo um grande poder no processo de fazer distinções, julgar pessoas, instituições, sendo partidária ou mesmo sendo a favor ou contra determinado tema. Roger Silverstone acredita que devido a esse poder deve-se pensar na mídia como um processo de mediação. Segundo o autor, é necessário perceber que a mídia se estende para além de um contato entre os textos e seus leitores, ou seja, perceber que envolve também produtores e consumidores de mídia que exercem suas atividades com mais ou menos engajamento, além de serem interpretados e avaliados de várias maneiras.

Essa mediação, segundo Silverstone, tem seu significado à medida que circula em textos primários e secundários. Entretanto, o significado, que é a mediação, tem seu sentido alterado conforme passeia por discursos, jornais, revistas, *web sites*, em que os consumidores e produtores da mediação agem para alcançar um entendimento do mundo, bem como o mundo da mídia, o mundo mediado e o da mediação. Da mesma forma, os significados se alteram quando usados como forma de fugir do mundo, do mundo da mídia e de toda sua mediação.

Com a iminência da morte de João Paulo II, por exemplo, os significados foram todos alterados. Quem estava ainda vivo agora estava morto. Foi o que o “deslizamento” de significados, a mediação, fez. Mesmo não afirmando sua morte, títulos como *Angústia no Vaticano*, estampados na capa da editoria de mundo do Correio Braziliense, dia 1º de abril de 2005, prontamente o matavam. Isso porque todos são mediadores e porque os significados são, como afirma Silverstone, nômades.

Todos nós somos mediadores, e os significados que criamos são, eles próprios, nômades. Além de poderosos. Fronteiras são transpostas e, tão logo programas são transmitidos, web sites construídos ou e-mails enviados, elas continuarão a ser transpostas até que as palavras e imagens que foram geradas ou simuladas desapareçam da visão ou da

memória. Toda transposição é também uma transformação. E toda transformação é, ela mesma, uma reivindicação de significado, de sua relevância e de seu valor.¹⁷

A mídia representa uma das armas mais potentes da humanidade pois ela é massiva, hegemônica e, com toda sua transposição, é de extrema importância saber a relação entre os significados públicos e privados. É necessário saber os movimentos da significação e aprender a distinguir o que é um distúrbio ou não. Temos que compreender até quando a notícia é de caráter informativo ou passa a ser espetáculo, forma de chamar atenção ou vender mais jornais, ganhar lucro.

¹⁷ SILVERSTONE Roger. *Porque estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002, p. 42.

CAPÍTULO 2

2.1 - O papa como personalidade

João Paulo II chamava-se na verdade Karol Josef Wojtyła. Nasceu em 18 de 1920 em Wadowice, no sul da Polônia e era filho de um tenente do exército dos Habsburgos, de quem herdou o nome. Ele tinha um irmão chamado Edmund que, até então, tinha se formado em medicina.

Em 1929, o papa perdeu sua mãe, Emília, vítima de uma doença nos rins. Em 1931, seu irmão morreu de escarlatina. Pouco antes de completar 22 anos Karol Wojtyła perdeu o pai. Nesta época a Polônia enfrentava, juntamente com grande parte da Europa, as conseqüências da invasão alemã durante a Segunda Guerra Mundial.

Ainda Karol Wojtyła, manifestou interesse pelo teatro, e cuja participação favorecia apoios à resistência polaca contra o nazismo pela música popular e pela leiteratura, a juventude do papa foi marcada por intensos contatos com ameaçada comunidade judaica de Cracóvia, e pela experiência da ocupação nazista.

Para evitar sua deportação à Alemanha nazista, Karol trabalhou numa fábrica de produtos químicos. Atleta, chegou a atuar como goleiro de futebol numa equipe amadora de Wadowice, mas foi ordenado sarcedote católico em 1º de novembro de 1946 pelo bispo de Cracóvia. Foi docente de ética na Universidade Jagieloniana de Cracóvia e, mais tarde, na Universidade Católica de Lublin. Em 1958 foi então nomeado bispo auxiliar de Cracóvia e quatro anos depois chega ao cargo máximo na sua diocese. Em 30 de dezembro de 1963 é apontado por Paulo VI como arcebispo, ainda em Cracóvia. Na qualidade de bispo e arcebispo, ele participa do Concílio Vaticano II e contribui para a redação de documentos que se tornariam na Declaração sobre a Liberdade Religiosa e a Constituição Pastoral da Igreja no Mundo Moderno, dois dos mais historicamente importantes e influentes resultados do concílio. Foi elevado a Cardeal pelo Papa Paulo VI em 1967.

Em outubro de 1978, Karol Josef Wojtyla foi nomeado Papa João Paulo II. O escolhido, um polonês, não era o favorito ao cargo. Não era conhecido e não estava na lista de papáveis dos especialistas. Ele também não aparecia no material da assessoria de imprensa romana, com as biografias dos 36 cardeais com maiores chances de serem eleitos. No entanto, em pouco tempo, surgiram da Polônia histórias de um homem que parecia ter passado toda vida se preparando para aquela missão. No período de 32 anos, durante o qual fez a travessia entre a Cracóvia, onde se ordenou, e a Santa Sé, em Roma, poucos líderes religiosos de sua época destacaram-se como ele no trabalho pastoral, intelectual e político.

Desde então, a mídia começou a captar sua grande personalidade. Líder da maior comunidade cristã do mundo, o Papa passou 27 anos, o terceiro pontificado mais longo da história, a trazer a Igreja Católica para junto de seus fiéis. João Paulo II visitou 126 países do mundo, entre eles Angola (1992), Brasil (quatro vezes, em 1980, 1982, 1991 e 1997), Cabo Verde (1990), Guiné-Bissau (1990), Moçambique (1988), Portugal (quatro vezes, em 1982, 1983, 1991 e 2000), São Tomé e Príncipe (1992) e Timor-Leste (1989). Durante as visitas era notável sua forte personalidade que se mostrava na fácil capacidade de se comunicar com os fiéis e, assim, aparecer na mídia com certa frequência.

Em 13 de maio de 1981 o papa sofreu um atentado com arma de fogo em plena Praça de São Pedro, quando visitava Roma. O atentado, nunca foi devidamente esclarecido, no que diz respeito a eventuais organizações que o teriam concebido, embora muitas suspeitas recaiam no serviço secreto soviético, irritado com sua influência na política polonesa. O atentado teve uma série de repercussões sobre a saúde de João Paulo II. O papa sofreu sérios problemas ósseos na anca, costelas e joelho, e também da doença de Parkinson, uma progressiva doença neurológica que tornava difícil a execução de todo o tipo de movimento. Apesar da debilidade física que marcou a fase final do seu pontificado, e que suscitou, em várias ocasiões, em rumores sobre a sua morte, o papa nunca perdeu a capacidade missionária. Em 24 de fevereiro de 2005, foi sujeito a uma traqueotomia para o ajudar a respirar, enquanto se recuperava de uma gripe que o conduziu ao hospital Gemelli, em Roma.

Em sua última visita à Portugal, o Vaticano revelou o terceiro segredo de Fátima que dizia respeito ao atentado que ele havia sofrido. Quem o havia atingido era Mehmet Ali Agca, perdoado por João Paulo II no ano seguinte ao atentado. O Papa acreditou que sobreviveu porque tudo acontecera no dia da aparição da Nossa Senhora de Fátima. Por essa razão, o papa viajou a Portugal no ano seguinte para agradecer Nossa Senhora de Fátima e colocar uma das balas na coroa da imagem.

O pontificado do Papa João Paulo II foi marcado pela atitude conservadora com relação ao divórcio, a contracepção e o aborto. Tinha como resposta que sua razão era a proteção da vida, e impedir a interferência do Homem no trabalho de Deus e defender a santidade das promessas matrimoniais perante Deus, era sua obrigação. Muitas vezes chamado de personificação da globalização de sua igreja, João Paulo II parecia realmente ser firme perante os valores religiosos e morais defendidos por ele e um bilhão de fiéis.

Pela paz João Paulo II também lutou rigidamente em seus últimos anos de pontificado. Ele se empenhou para evitar a Guerra do Kosovo, na antiga Iugoslávia, em maio de 1999, quando enviou uma mensagem às partes envolvidas no conflito, exortando-as a renunciar à violência. Ao visitar a Croácia quatro anos depois, em junho de 2003, o papa lembrou o sofrimento das vítimas para pedir ao mundo que evitasse novas guerras. Sua viagem à Croácia e, em seguida, à Bósnia-Herzegovina, países de minoria católica, foi mais uma cruzada pela paz no mundo.

O papel de João Paulo II na luta contra a guerra foi fundamental no caso da invasão do Iraque pelas forças dos Estados Unidos e da Grã-Bretanha. Antes de se iniciar o conflito, o papa fez tudo o que estava a seu alcance para convencer o presidente americano, George W. Bush, de desistir do recurso armado. Notícias não desmentidas pelo Vaticano diziam que João Paulo II esteve disposto a viajar a Bagdá, para desencorajar, com sua presença, um ataque norte-americano contra o Iraque. Seus assessores o teriam desaconselhado a tomar essa atitude. Quando a guerra começou, o papa continuou lutando contra a violência e principalmente contra suas conseqüências.

No fim de março de 2003, ao fazer uma oração pelas vítimas da guerra do Iraque, o papa manifestou solidariedade ao povo iraquiano e pediu ao mundo, especialmente aos países ricos, a participar da reconstrução do país, após a deposição do ditador iraquiano Saddam Hussein. As negociações de paz no Oriente Médio e os socorros ao Iraque foram o tema principal da conversa de João Paulo II com Colin Powell, secretário de Estado norte-americano, quando visitou o Vaticano no início de junho de 2003.

No dia 2 de abril de 2005, João Paulo II faleceu às 21h37m, horário de Roma, após falha circulatória e renal, e pressão arterial instável, pouco antes de completar 85 anos.

2.2 - A visibilidade do papa

João Paulo II é, por muitos, considerado um ativista midiático. Considerado o papa mais popular, o que ele fez foi saber usar a mídia para expandir suas palavras e idéias. É claro que os textos da mídia constituem-se um material produzido em condições de ampla circulação, e grande escala massiva. Mas a maioria acredita que seu jeito fácil de lidar com a mídia foi devido ao seu carisma.

Carisma ou não, João Paulo II foi um grande mediador das articulações da igreja, até então cercada pelas enormes paredes do Vaticano. Outra articulação foi a do mundo da globalização e da mídia, feita, porém sem perder suas tradições e sentidos religiosos, cristã, e dos seus dogmas.

Sabendo lidar com a mídia, o papa fez bom uso dos meios de comunicação e das novas tecnologias dos meios de transporte. Bom ativista midiático, ele conseguiu reduzir conflitos religiosos, políticos e reafirmou a autoridade papal no contexto mundial. Com isso, pôde visitar 126 países, viajando mais de 1,2 milhão de quilômetros. O *sumo pontífice* viu e ouviu vários povos, dialogou com representantes de diferentes religiões recuperou o protagonismo do líder da Igreja Católica ao participar dos debates sobre os grandes conflitos mundiais, principalmente o fim do comunismo, a queda do Muro de Berlim, a eleição de Lech

Walesa, grande líder do sindicato operário *Solidariedade*, que chegou a presidência da Polônia. João Paulo II foi um papa que atuou como doutrinador da fé cristã e como chefe político de um Estado Católico.

Durante suas diversas viagens o papa beijava o chão dos países aonde chegava, e assim praticava um gesto de humildade e repercussão midiática. O gesto virou ‘marca’ que proporcionava visibilidade às suas atitudes dentro e fora do Vaticano. O gesto, além de marca do papa era a representação de sua visibilidade e seu discurso. Assim, João Paulo II tinha em suas mãos o poder, no caso a mídia, e um grande discurso religioso. Discurso esse que, segundo Michel Foucault

É um bem finito, limitado, desejável, útil que tem suas regras de aparecimento e também suas condições de apropriação e de utilização; um bem que coloca, por conseguinte, desde sua existência, e não simplesmente em suas ‘aplicações práticas’ a questão do poder; um bem que é, por natureza, o objeto de uma luta, e de uma luta política.¹⁸

João Paulo II usava o que Foucault chamava de “tecnologia do eu”, definida por ele como aqueles procedimentos e técnicas que “permitem aos indivíduos efetuar”, por conta própria ou com a ajuda de outros, certo número de operações sobre seu corpo e sua alma, pensamentos, conduta, ou qualquer forma de ser, obtendo assim uma transformação de si mesmos com o fim de alcançar certo estado de felicidade, pureza, sabedoria ou imortalidade.

Por outro lado, a mídia usou muito bem a imagem que papa ia construindo ao longo dos anos. O que serviu na criação de pautas que sempre rendiam a venda de um bom número de jornais, ibope ou audiência. Afinal, a finalidade dos grandes veículos de comunicação sempre foi fazer circular amplamente discursos múltiplos e de origem difusa. Porém, mais do que divulgar ou “colocar no ar” enunciados de várias formações discursivas, formações que disputam na sociedade uma espécie de hegemonia das significações, a mídia constrói, reforça

¹⁸ FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997, p. 57.

e multiplica enunciados propriamente seus, em sintonia ou não com outros discursos e outras instâncias de poder.

Concluindo, o que se pode afirmar sobre a visibilidade de João Paulo II é que ele foi um papa aberto à discussão de temas do mundo que o cercava. O papa foi um ativista midiático que, no terceiro maior pontificado da História da Igreja, acompanhou grandes transformações. Dentre eles estava o recuo do comunismo, o processo de unificação econômica da Europa, o fim da guerra fria e, no campo científico, o começo do desvendamento dos mistérios do código genético, como a pesquisa das células-tronco e o advento dos vírus “mundializados”, como o da Aids. Do ponto de vista social, ele assistiu costumes mudarem, como a maior afirmação da mulher e uma visibilidade inédita da parte gay da sociedade, reivindicando igualdade de direitos para atos civis como o casamento e a adoção, por exemplo.

2.3 - A morte do papa

Informações em sua forma mercadoria – produto tiveram transmissões elevadas e em grande escala durante um dos maiores acontecimentos para a mídia, a morte de João Paulo II, o papa mais popular da história. Mais que um acontecimento midiático a cerimônia fúnebre do papa conseguiu ser também uma cerimônia política. Cerimônia política porque se reuniram presidentes, reis, rainhas, líderes religiosos, políticos, primeiros-ministros e ao mesmo tempo cristãos, judeus, mulçumanos e até ateus. Todos se colocaram acima da política ao se ajoelharem perante o caixão do papa e prestarem sua homenagem e tristeza. Somente na Praça de São Pedro, em Roma, cerca de 300 mil pessoas assistiram ou testemunharam a cerimônia por mais de 4 milhões de pessoas que lotavam as ruas de Roma, além das transmissões “mundializadas” feitas ao vivo pelas principais redes da mídia.

Como acontecimento midiático a morte do papa teve implicações sociais, políticas e econômicas. Num mundo onde a informação é transmitida em forma de

espetáculo, as mortes de grandes personalidades como João Paulo II deixaram de ser um “evento” privado e passaram a ser importantes acontecimentos para a mídia. Apesar da mídia não inventar a morte do papa ou sua cerimônia fúnebre e realmente contar um acontecimento factual, ela passa a contar isso como uma estória e inclui nela protagonistas, com jornalistas e repórteres, que convidam você a assistir a morte de uma grande personalidade, com direito a comentadores que explicam o porquê de cada situação e acontecimento.

Maurice Mouillaud define a grande morte de uma personalidade como algo único, informação única, que ele chama de morto exclusivo. Segundo o pesquisador, o morto se transforma num flash que com as novas tecnologias ganham o “privilégio” da velocidade e vira informação instantânea. No caso de João Paulo II não foi diferente, a mídia realizou verdadeira oferta de significações que envolveram redes de radiodifusão, a internet, jornais e revistas tentando em forma de disputa chegar ao maior número de receptores da determinada informação. Isso significa que além do espetáculo ser a linguagem, uma forma de transmissão, ele reúne diferentes meios, imagens e relações sociais em quantidade e qualidade para pessoas mensuradas pela tamanha capacidade emissora e grandeza da recepção, que é, ainda, potencializada pelos novos e tecnológicos meios de comunicação, permitindo o receptor escolher entre assistir aquilo na hora, ao vivo, ou deixar para se informar ou ver sobre o assunto depois.

Portanto, a morte do papa foi, como outros grandes “eventos” da mídia, um processo de negociação que envolveu transmissões ao vivo das redes de televisão com grandes audiências interrompendo, por alguns instantes, as atividades cotidianas de pessoas, coletividades e até mesmo de diversos países. A morte de uma grande personalidade tem o caráter de ser uma cerimônia modulada no tempo do espetáculo em seus vários instantes, audiência em diferentes fusos horários, e no espaço, como por exemplo, a Praça de São Pedro.

Assim, Maurice Mouillad explica que o futuro do grande morto é a nostalgia do passado que ele não teve. O grande morto só se torna grande homem após sua morte.

A história corta, fatia, divide; ser o comportamento da história é ser um de seus lados, do “lado ruim”, aquele pelo qual acontece o escândalo. O grande morto, quando estava vivo na história era uma parte do todo no qual a morte opera sua mudança. É apenas quando seus trabalhos estão acabados que os grandes mortos se tornam grandes homens. O reconhecimento da mídia assina o fechamento de um momento da história, o ponto simbólico em que a sociedade refaz seu consenso, não a despeito dos conflitos, mas por causa destes. As grandes mortes são momentos de memória e de esquecimento em que a sociedade se esquece, rememorando-os.¹⁹

Assim, o acontecimento midiático transmitido ao vivo pela televisão convida o telespectador a se envolver com o fato narrado, a parar as suas atividades e assistir o que se passa naquele exato momento, como um sujeito ativo dos processos de interpretação dos acontecimentos pelas redes interpessoais de comunicação. O êxito da mídia vem quando se consegue uma boa venda de jornais, revistas ou audiência, mas mais que isso quando os receptores além de receberem a informação ativam as redes de comunicação dando prosseguimento às mobilizações e atenções aos seus desdobramentos de interpretação. É nas redes de comunicação, cotidianas ou não, que se intensificam as interpretações subjetivas da recepção das transmissões dos acontecimentos midiáticos.

É certo que a morte de João Paulo II foi, sem dúvida, de grande interesse para o mundo, sejam seus habitantes cristãos ou não. Mas a celebração fúnebre do papa marcou o primeiro acontecimento midiático globalizado do século XXI, e o maior da história contemporânea superando, até, o atentado de 11 de Setembro de 2001 nos Estados Unidos. Nas primeiras 72 horas após o anúncio da sua morte mais de 75 mil reportagens foram publicadas em todo o mundo segundo o Global Language Monitor. Cerca de 10 milhões de vezes foi citado o nome de João Paulo II na rede mundial de informação, superando em mais de três vezes as reportagens sobre o atentado de 11 de setembro de 2001 nos Estados Unidos e em mais de 10 vezes a reeleição de George Bush. Superou também a cobertura do acidente e morte do piloto brasileiro Ayrton Sena e da princesa Diana.

O espetáculo foi tanto, que a morte do papa como um acontecimento global na mídia agendou as principais televisões, jornais, revistas e agências de notícias do mundo, e os outros acontecimentos noticiosos passaram para segundo plano

¹⁹ MOUILLAD, Maurice. As grandes mortes na mídia. In: PORTO, Sergio. O jornal: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997, p. 360.

de interesse da mídia, como por exemplo, o casamento do príncipe Charles com Camilla Parker-Bowles que teve que ser adiado.

A morte do papa foi uma transmissão desdobrada por historiadores, teólogos e “vaticanólogos” que, em vários instantes, narravam suas projeções de reafirmação dos valores da Igreja Católica e os entrelaces entre conservadores e progressistas. Foram momentos de reflexão sobre os novos rumos da Santa Sé, depois da convivência com um papa interativo, afinado com os meios de comunicação social, moderno e ao mesmo tempo contrário aos excessos da modernidade.

2.4- A cobertura jornalística da morte do papa

A morte de João Paulo II, em Roma, às 21h37, do sábado, 02 de abril de 2005, ainda que esperada, devido ao seu delicado estado de saúde, estremeceu parcela considerável da população mundial que acompanhava a cobertura feita pela mídia a respeito da “agonia final” do papa. João Paulo II, que ganhou popularidade em todo o mundo por causa de seu carisma frente às massas e devido à super exposição por que passou nos variados meios de comunicação, foi vítima do jornalismo de consumo no final dos seus dias.

Durante os vários dias de exposição, o assunto papa, trouxe para a mídia além da própria notícia de sua morte, imagens de seu estado debilitado. Uma verdadeira exposição à morte. Praticamente todas as mídias do mundo publicavam a morte do papa João Paulo II. Pouco importava a posição religiosa de uma nação. Foi impossível ignorar o peso da figura de João Paulo II que, apesar de não ter sido o guia religioso de todos os povos, teria vivido esse papel crescendo em influência entre os líderes políticos e religiosos.

Manchete em toda a mídia, a morte do papa João Paulo II foi digna de várias edições especiais. Em todos os jornais, revistas, noticiários e edições extras a seqüência de acontecimentos em Roma era relatada com objetividade. Em tudo o que se falou, os comentários jornalísticos, a cobertura dos acontecimentos,

interpretações futuras e opiniões, houve um toque de simpatia ou de indiferença. Os países declaradamente religiosos se pronunciaram de acordo com as suas crenças. E os declaradamente não religiosos ou não católicos, reagiram conforme seus interesses.

A cobertura jornalística durante a época em que o papa se pôs como doente até o dia de sua morte nos leva a uma importante questão. Até onde a abordagem dos fatos foi cobertura jornalística e até onde se tornou oportunismo econômico?

Essa reflexão coloca o jornalismo contemporâneo frente a uma discussão um tanto quanto universitária, o princípio ético da imparcialidade. A imparcialidade é um ideal a ser perseguido, mas que nunca pode ser alcançado. Isso, porque é impossível qualquer ser humano se esvaziar da sua cosmovisão, de tudo que conviveu, aprendeu. A própria incapacidade humana de ver o todo, com a bagagem genética e cultural adquirida ao longo da vida, tornam a imparcialidade uma utopia.

O "esvaziamento" ideológico de um jornalista ou de um veículo na cobertura de um fato se torna ainda mais difícil quando envolve a fé. A crença do sobrenatural é encontrada em todas as culturas. Ao se falar de fé, passa-se a lidar com aquilo que é mais íntimo no ser humano. Até mesmo os combatentes da religião fazem apologias a um sistema de crença, o ateísmo. Portanto, exigir que um jornalista se desvincule dos seus princípios religiosos é esperar que ele viole a própria consciência.

Segundo Roger Silverstone, é preciso pensar a mídia como um processo de mediação. Ele diz que é necessário considerar que ela envolve produtores e consumidores e que essa atividade é mais ou menos contínua no engajamento e desengajamento de significados. O caso do papa, por exemplo, foi um assunto de interesse público. Depois da cobertura jornalística realizada sobre a morte de João Paulo II vários significados foram preenchidos e alterados. Agora, pensar em papado hoje é, também, ainda falar de política, sociologia, ética e de mais de um

bilhão de fiéis. Roger Silverstone ¹¹ explica que a mediação, a circulação de significados, se altera de um texto para o outro, de um evento para o outro. Ela implica na mudança de significados, em grande e pequena escala, dependendo não só da forma como é veiculada a informação, mas também dependendo de como colaboramos para sua produção.

É verdade que a grande falha da imprensa não foi o espaço que concedeu ao papa, mas a superficialidade com que abordou o tema. A morte de João Paulo II teria sido o momento de analisar o impacto do catolicismo no mundo, no Brasil, na política. Era o momento certo que a mídia tinha para falar sobre como seria o Ocidente sem a igreja de Roma, dar voz ao que discordam da igreja, ao invés de sempre repetir quantas pessoas assistiam a cerimônia fúnebre ou de contar sobre a vida do papa.

A verdade é que, explícita ou implicitamente, a linha editorial de um veículo sempre será afetada, em maior ou menor grau, pelos valores culturais, filosóficos e religiosos dos seus dirigentes. Se este é um caminho inevitável, é melhor que os veículos optem pela transparência. É mais ético se legitimar por meio de um posicionamento claro a enganar o receptor pelas entrelinhas.

¹¹ SILVERSTONE Roger. *Porque estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002, págs. 33 a 34.

CAPITULO 3

3.1 - ANOS 2000, DESTAQUE NA DEBILITAÇÃO DO PAPA

A debilitada saúde do Papa teve destaque nas páginas do *Correio Braziliense* desde o ano 2000, época em que o Pontífice completava 80 anos. Na edição do dia 18 de maio, sob o título “Maturidade aos 80”, há pela primeira vez alusão a possível renúncia, devido à fragilidade do chefe da Igreja.

Diz a matéria: “No fim de semana, um jornal português afirmou que João Paulo II estaria pronto para renunciar no dia 13 de outubro. O Vaticano apressou-se em desmentir”. (*Correio Braziliense*, 13/10/2000).

Apesar da matéria ocupar duas páginas do jornal, sendo capa da editoria de Mundo, o *Correio Braziliense* ainda tratava as complicações de saúde do papa de forma positiva. “Mesmo doente, João Paulo II mostra tanto interesse quanto no primeiro dia de papado”. (*Correio Braziliense*, 18/05/2000).

3.2 - CORREIO BRAZILIENSE E O PAPA, ANO DE 2002

O *Correio Braziliense* de 30 de março de 2002 inicia o que chamo de “morte midiática”, ou pelo menos a preparação para isso. O jornal abre a matéria com o título “Aumenta pressão pela renúncia” e traz como principal assunto o estado debilitado de João Paulo II.

Roma – O papa João Paulo II, 82 anos, vive uma constrangedora agonia. Fustigado pelo mal de Parkinson e pela artrose, não consegue surgir em público sem expressar dor. Isso intensificou os boatos de ele poderia vir a renunciar. Apesar de ser um assunto proibido, fontes do Vaticano sugerem que tanto alas progressistas como conservadores da Igreja aumentaram a pressão para que o polonês abandone o comando de um bilhão de católicos espalhados por todo o mundo. (*Correio Braziliense*, 30/03/02).

O assunto se repete nas próximas matérias sobre o papa. Em 17 de maio de 2002, a dois dias do aniversário de João Paulo II, o *Correio Braziliense*

intensifica a pressão sobre o papa e abre a editoria de mundo com o título “Boatos de Renúncia”. Começavam então as “fofocas” entre cardeais como a citada na própria matéria:

O Vaticano foi alvo de uma onda de boatos de que o pontífice estaria pensando em renunciar ao cargo. Tudo começou com as declarações do cardeal de Tegucigalpa, Oscar Rodrigues Maradiaga, considerado um dos possíveis sucessores ao cargo”.Um papa tem consciência da responsabilidade de seu ministério e no dia em que sentir que não pode continuar irá renunciar. (*Correio Braziliense*, 17/05/02).

Na Alemanha, o prefeito da Congregação da Doutrina da Fé, cardeal Joseph Ratzinger, disse em entrevista à revista da Arquidiocese de Munique acreditar que o papa vá abandonar o pontificado se sentir-se incapaz de continuar comandando o vaticano. (*Correio Braziliense*, 17/05/02).

Desde então ficou clara a posição do jornal sobre as matérias que envolviam o pontífice. Não interessavam mais o porquê das viagens, o papa global e sua preciosa agenda, mas sim suas complicações na saúde. Afinal, mesmo sua agenda sendo o critério para uma pauta, o “*lead* espetáculo” se fazia no que o papa deixava de fazer, a subtração aos compromissos, devido seu estado debilitado. O mal de Parkinson, para o jornal, mas parecia ser bom.

Seguindo a mesma tendência do “*lead* espetáculo” o jornal continuou a fazer do estado de saúde do papa matérias mais vendáveis do que nunca. Em 12 de julho de 2002 não foi diferente. Já era a terceira matéria consecutiva que tinha como tema a saúde-renúncia do papa, e começaram os “chutes”. Como se um jornal pudesse se firmar em especulações. “Novo Cardeal de Milão é favorito a suceder o papa”. O papa nem havia renunciado, ao contrário. O próprio *Correio Braziliense* em sua edição de 17 de maio de 2002 mostrou João Paulo II afirmando que continuaria no pontífice enquanto Deus lhe desse forças.

Ainda assim, o jornal começou a fazer de seu jogo de favoritismo, ou não, ao cargo ótimas matérias. É claro que ser considerado favorito não é ter certeza de fato, mas o *Correio Braziliense* deve ter considerado o fato um critério importante e noticiava isso em forma de envolventes matérias. Para isso, o jornal contava e recontava um pouco o papado de João Paulo II, suas dificuldades, e

colocava como lead o jogo dos possíveis sucessores do papa. Foi quando o jornal começou a enfatizar os “papáveis”, possíveis candidatos à sucessão de João Paulo II com boxes sobre cada um deles e etc.

Na edição de 23 de julho de 2002 o título segue a mesma tendência saúde-renúncia. “Debilidado, papa volta as Américas”. A matéria se aprofunda sempre no “mais do mesmo”, viagens adaptadas às frágeis condições do papa, os favoritos, a história do papa, o papa global...O que mudava era o favorito à sucessão, o local da viagem papal, a opinião do vaticano.

Numa síntese rápida verificam-se os títulos das matérias do ano de 2002 do jornal como uma arma agindo diretamente contra o papa:

- Aumenta pressão pela renúncia. (*Correio Braziliense*, 30/03/02).
- Boatos de Renúncia. (*Correio Braziliense*, 17/05/02).
- Novo Cardeal de Milão é favorito a suceder o papa. (*Correio Braziliense*, 12/07/02).
- Debilidado, papa volta as Américas. (*Correio Braziliense*, 23/07/02).

* Em todos os títulos nota-se ênfase ou no estado debilitado do Papa ou em uma possível renúncia.

3.3 - CORREIO BRAZILIENSE E O PAPA, ANO DE 2003

Já em 2003, o *Correio Braziliense* muda seu foco e passa a dar uma cara diferente nas matérias relacionadas ao sumo pontífice. O jornal passa falar do papa com um tom de “trabalho cumprido”.

A primeira edição que traz o papa em 2003 abre a editoria de mundo com o título “João Paulo II em número”, sendo complementado pelo título da matéria. “O papa dos recordes”. A matéria mais uma vez contava a estória do papa, mas trazia números, dados e uma comparação com os 10 mais longos pontificados.

É claro que a imagem de João Paulo II mostrava um ar cansado, principalmente em função do mal de Parkinson, doença irreversível que se tornou

visível aos fiéis católicos no início dos anos 90. Por isso falar de renúncia e sucessão era o assunto mais comum na mídia quando se falava em papa. Porém a minha tese se solidifica na ousadia em dizer que a mídia matou João Paulo II antes de qualquer doença. Isso se explica porque o ar de cansaço, as doenças em evolução, a visibilidade que se dava em torno de João Paulo II sempre enfatizaram esse lado incapaz ou da incapacidade. As doenças, o que o papa deixava de fazer parece, antes de tudo, ter sido proliferada pela mídia. E em 2003, o correio Braziliense focou um papa em fim de papado.

Para perceber esse tom note os títulos das matérias feitas pelo veículo em 2003:

- O papa dos recordes. (*Correio Braziliense*, 01/05/03).
- O papa está mal e precisa de orações, diz cardeal. (*Correio Braziliense*, 01/10/03).
- João Paulo II, 25 anos de pontificado. (*Correio Braziliense*, 13/10/03).
- Com o lugar garantido na História. (*Correio Braziliense*, 14/10/03).
- João Paulo II, o papa Global. (*Correio Braziliense*, 15/10/03).

Se comparados aos títulos de 2002 (exposto mais acima), nota-se facilmente a mudança no tratamento do assunto com relação ao papa. É importante lembrar que João Paulo II, embora parecido, não havia morrido.

3.4 - CORREIO BRAZILIENSE E O PAPA, ANO DE 2005

Foi no ano de 2005, porém, que várias matérias com enfoque no estado de saúde do Papa mereceram destaque no jornal. Em edição de 3 de fevereiro, há breve descrição do problema que levou o pontífice à internação, em Roma:

O Papa demonstrou sintomas de gripe no domingo, quando apareceu pela última vez em público. (...) A situação se agravou por volta das 22h. A crise obstruiu por alguns instantes a respiração do pontífice, que também teve espasmos na laringe. Poucos minutos depois, ele teve de ser internado no hospital Gemelli – onde já foi atendido outras sete vezes durante seu pontificado. (*Correio Braziliense*, 3/2/2005).

Na mesma matéria, há pequena ilustração que mostra as complicações decorrentes da gripe de João Paulo II, além de um *box* que resume o histórico de saúde do Papa desde sua juventude.

Vinte e dois dias depois, nova reportagem sobre o Papa é feita pelo *Correio Braziliense*, desta vez sobre cirurgia realizada devido a nova crise respiratória. Há também, pela primeira vez no jornal, *box* com indicações de prováveis sucessores.

A pedido de seus médicos particulares, João Paulo II foi internado novamente ontem, depois de sofrer nova crise respiratória na noite de quarta-feira. A situação não melhorou durante a manhã, e a equipe que cuida do pontífice achou melhor submetê-lo a uma cirurgia. (...) Embora nenhum bispo ou cardeal goste de comentar o assunto, existe o temor de que o Papa não consiga mais retomar seu ritmo de trabalho e renuncie. A lista de prováveis sucessores é extensa, mas alguns nomes são mais cotados. (*Correio Braziliense*, 25/2/2005).

Antes de decretada a morte de João Paulo II, apenas a edição de 1º de abril volta a abordar o grave estado de saúde do Papa. Há detalhada narrativa sobre as últimas horas de sofrimento do pontífice, que, naquela altura, já sofria de infecção generalizada.

O último laudo clínico informa que o maior risco é o da deterioração do quadro e evolução para uma infecção generalizada, a septicemia – caracterizada pela disseminação de bactérias e suas toxinas pelo sangue, que deixa de ser filtrado adequadamente pelos rins. Para controlar a infecção urinária, foram administrados antibióticos que bloqueiam as toxinas, além de grande quantidade de líquidos para limpar os rins e as vias urinárias. Depois disso, o quadro permaneceu grave, mas estável. (*Correio Braziliense*, 1/4/2005).

Além disso, o Correio disponibilizou em sua página virtual, o *CorreioWeb*, a cronologia resumida das últimas internações do Papa, narradas dia a dia, durante dois meses.

CONCLUSÃO

É tudo muito direto e simples. Numa época em que a mídia deixou de veicular informação e passou a veicular assuntos que lhe interessavam, numa época onde a mídia e as empresas radiodifusoras de informação se tornaram editoras é de extrema importância saber o que é espetáculo e o que não é. Temos que ter consciência que existe uma mídia que, querendo ou não, sabe muito bem como manipular grandes massas. A mídia é um grande poder. Ela consegue pautar o que as pessoas vão discutir durante a semana, da mesma forma como consegue fazer esquecer um assunto que esteve “quente” durante meses. Precisamos ter consciência do que a mídia é capaz. De como o espetáculo pode nos fazer, mesmo sem perceber, matar antecipadamente alguém, seja esse alguém uma criança de rua, um presidente ou um papa.

A mídia é capaz de trazer total felicidade, mas também infelicidade. É capaz de enganar um país inteiro. Seja politicamente, ou cobrindo a política de um país. O poder que pode possuir uma rádio, uma rede emissora de televisão ou um jornal pode decidir qual será o próximo presidente, pode estimular massas a pensar de determinada forma ou ouvir determinada banda. E o espetáculo que se faz acima desse poder é, além de não ético, uma falta de compromisso com a sociedade ou seus receptores.

Temos de ser atentos, não nos deixar levar pela primeira posição imposta pela mídia. Temos que duvidar e questionar, ser curiosos. Pois tudo na mídia é questão de controle. Seja este controle entre emissor e receptor, entre países, ou produtor e consumidor. É tudo medido pela audiência. Porque ainda prevalece por trás da mídia atual as questões de mercado. Antes fossem suas missões éticas perante seu público. A mídia envolve a todos e ao mesmo tempo todos a envolvem, fazem parte. Ela está presente no cotidiano de cada um a tal ponto que permeia nossas vidas com significados e nem nos damos conta. E hoje, quem vive sem a mídia é considerado ultrapassado. Por isso, temos que saber com o que estamos lidando. Estudar pra ter consciência que por meio dela se criam

ideologias que são sustentadas por ela até quando lhe couber bem assim fazer. Temos que ter a certeza de que podemos ouvi-la mas que também poderemos falar. Ter certeza que poderemos incitar reflexão e reflexividade, criar e sustentar velhos e novos significados de valor. Que não estejam ali somente para obter lucro. Porque a mídia é capaz de tudo.

Primeiro porque com a *Internet* e as novas mídias qualquer pessoa pode mostrar sua opinião e concretamente fazer parte do lado emissor das informações e, assim, ser a mídia. Com a fragmentação e liberação descontrolada dos espaços midiáticos é preciso sempre ficar atento não somente ao tipo de informação que chega ao receptor, mas como ela consegue chegar até ele. Segundo porque a mídia atua hoje, em grande parte, como editora de informações. A mídia consegue pautar os assuntos que entram no cotidiano das pessoas e deixar esse assunto “em alta” enquanto conseguir, ou seja, ela participa da estruturação da experiência. Assim ela consegue de variadas formas moldar o receptor conforme os seus parâmetros e vontades e perde o princípio de imparcialidade. Enquanto a mídia deveria ter papel de “protetora” do cidadão e ser questionadora nas questões de interesse público, volta-se sobre o receptor a preocupação com a oferece a mídia. Na política, por exemplo, a mídia já não atua sem imparcialidade porque ela já é parte do processo político.

Enquanto outrora podíamos ter pensado na mídia como um apêndice ao processo político, uma criada para governos e partidos, e também como um irritante ou um cão de guarda, o Quarto Estado, temos agora de confronta-la como fundamentalmente inscrita no próprio processo político. A política, como a experiência, já não pode sequer se considerada fora de uma estrutura política.¹²

Assim, é preciso entender que a mídia é uma poderosa arma na construção de opinião e na construção de sentidos. É preciso entender que a mídia é capaz de manipular e enganar sem que se perceba ou até que a própria mídia se aperceba do vivido.

E terceiro porque a mídia é um forte instrumento alienador. É imprescindível entender que nenhuma parte das vidas das pessoas, hoje, é intocada pela mídia.

¹² SILVERSTONE, Roger. Porque estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002, pág 265.

Que ela faz parte de nossas vidas desde que nascemos. Estamos cada vez mais alienados, sobretudo do processo político. Somos privados de participação significativa nas próprias tecnologias que continuamente informam sobre as operações internas do processo político. E sem ter que ler um livro nos questionar Como, no fim, podemos votar numa imagem? Como posso responder eletronicamente a um pedido de opinião sobre um tópico político quando não compreendo que estão me pedindo que julgue? Temos que ter noção de que a morte do papa é, também, um processo político. Ter consciência de que não é necessário alienar-se para se ter consciência. Saber que para estar informado não é preciso alienar-se.

Finalmente, é preciso estudar a mídia porque ela é um poder. Assim como é urgente diferenciar o que é informação e o que é espetáculo. Só assim a mídia passará a realizar seu verdadeiro papel e prestar um serviço ao cidadão. Muitas vezes pela competitividade do mercado a mídia passa informações que acabam alterando a vida social das pessoas. Ela faz parte na textura da experiência cotidiana e os cidadãos têm que buscar não apenas a compreensão, mas o estudo de todos os efeitos da influência da mídia. Que fique para estudos posteriores avançar o entendimento de que se não conseguir estabelecer o distanciamento crítico necessário para a negação do espetáculo, ao se fazer de tudo para estar *on line* com a instantaneidade do acontecimento, a mídia termina por embrutecer, na pressa, a sua capacidade interpretativa e a própria relação construtiva que deveria manter com o receptor. No caso do papa, por exemplo, não mata-lo antecipadamente como o fez teria sido, no mínimo, um comportamento ético.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- DEBORD, Guy, *A Sociedade do Espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- WOLF, Mauro, *Teorias da Comunicação*, Portugal: Presença, 1994.
- MOUILLAD, Maurice. *As grandes mortes na mídia*. In: PORTO, Sergio. O jornal: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- GONZAGA, Luiz. *Teoria da Notícia: As relações entre o real e o simbólico*. In: PORTO, Sergio (org.). O Jornal: Da forma ao sentido. 2. ed. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- RODRIGUES, Adriano, *Delimitação, natureza e funções do discurso midiático*. In: PORTO, Sergio (org.). O Jornal: Da forma ao sentido. 2.ed. Brasília: Paralelo 15, 1997.
- SILVERSTONE Roger. *Porque estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.
- <http://www.dcomercio.com.br/especiais/papa/peregrino.htm>
- http://pt.wikipedia.org/wiki/Papa_Jo%C3%A3o_Paulo_II
- Correio Braziliense
- FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

- FRANÇA, Vera Regina Veiga. *Construção jornalística e dizer social*. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (org.). *O jornal: da forma ao sentido*. Brasília: Paralelo 15, 1997.

ANEXOS: