



Vôo 1907 da Gol ou eleições 2006: os critérios utilizados por Correio do Povo e Zero Hora na tematização do acidente aéreo¹

Carlos Renan Samuel SANCHOTENE²
Viviane BORELLI³

Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, Santa Maria, RS

Resumo: Este trabalho faz parte de uma pesquisa que está em desenvolvimento e que busca analisar as estratégias discursivas dos jornais Correio do Povo e Zero Hora na cobertura da tragédia do voo 1907, envolvendo o boeing da Gol, ocorrida no dia 29 de setembro de 2006. Neste artigo, a proposta é apresentar parte da revisão bibliográfica através de uma sistematização dos critérios de noticiabilidade, seleção de notícias e valores-notícia que orientam os jornalistas a elaborarem as notícias que são publicadas nos jornais impressos. Como etapa de uma construção mais ampla, é feita uma descrição das capas dos jornais dos dias 30 de setembro, 01, 02 e 03 de outubro de 2006 para discutir critérios de noticiabilidades e a disputa de agendas, já que o acidente aéreo ocorreu em um período eleitoral.

Palavras-chave: noticiabilidade; seleção de notícias; valores-notícia; agendamento

Introdução

Este trabalho faz parte de uma pesquisa⁴ mais ampla que analisa a cobertura do acidente com o boeing 1907 da Gol nos jornais gaúchos Correio do Povo e Zero. No final de setembro de 2006, o fato ganhou proporções imensas na mídia mundial, em especial no Brasil, já que foi considerado um dos maiores acidentes da história da aviação aérea. Este artigo discute teorias para entender um recorte da construção do acontecimento no campo jornalístico e suas relações com o campo político, visto que a tematização do acidente ‘concorreu’ diretamente com as eleições 2006, pois ocorreu dois dias antes do primeiro turno, no dia 29 de setembro.

Nesse sentido, a mídia desenvolve estratégias singulares de tematização da atualidade e o jornalismo é um dos lugares privilegiados para construção da realidade social. As agendas dos outros campos sociais alimentam a rotina de produção (WOLF, 2003) jornalística seja através de fatos pré-programados, como uma eleição, ou inesperados, como um acidente aéreo.

Por agregar valores-notícia como ineditismo, impacto, relevância, tragédia e morte, o ‘caso’ foi amplamente tematizado pela mídia. A tragédia envolvendo o boeing da Gol

¹ Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Estudante de graduação do 7º semestre do Curso de Comunicação Social: Jornalismo – Centro Universitário Franciscano - UNIFRA/RS, bolsista (PROBIC/UNIFRA) e bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS), carlos_sanchotene@yahoo.com.br

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social do Centro Universitário Franciscano – UNIFRA, viviborelli@unifra.br

⁴ A pesquisa realizada tem como título “Voo 1907 da Gol: uma análise da cobertura do acidente aéreo nos jornais gaúchos Correio do Povo e Zero Hora” e é financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio Grande do Sul (FAPERGS). Ano: 2007 e 2008. A orientação é da professora Dra. Viviane Borelli.



alimentou por várias semanas a agenda da mídia brasileira e internacional e, em especial, os jornais gaúchos *Correio do Povo* e *Zero Hora* que tematizaram a tragédia através de estratégias singulares.

Neste trabalho, o interesse reside em mostrar a disputa de duas agendas distintas, a das eleições e a do acidente aéreo, perpassando por teorias para compreender a construção da notícia, situar valores-notícia e seleção de notícias como conceitos intrínsecos para o entendimento de um universo mais amplo acerca da noticiabilidade.

O acidente e as eleições 2006

No dia 29 de setembro de 2006 o Boeing 737-800 da companhia brasileira Gol Transportes Aéreos, com 154 pessoas a bordo, desapareceu dos radares do controle de tráfego aéreo às 16 h 48 min enquanto percorria o voo 1907 entre Manaus e Rio de Janeiro com escala em Brasília.

A queda aconteceu devido a um choque entre a aeronave e um jato executivo Legacy 600, que estava sendo usado por um grupo de norte-americanos que partiu de São José dos Campos (SP). O Legacy conseguiu fazer um pouso de emergência no Campo de Provas Brigadeiro Velloso (CPBV), uma base da Força Aérea Brasileira (FAB) na Serra do Cachimbo, centro-sul do Pará. Após o pouso, verificou-se que o jato estava avariado na ponta da asa esquerda e na extremidade esquerda do estabilizador horizontal, que é a superfície horizontal da cauda.

Os destroços do avião foram encontrados no dia seguinte, 30 de setembro, em uma área da floresta amazônica na Serra do Cachimbo, a 200 Km da cidade Peixoto de Azevedo, região norte do Mato Grosso. Não houve sobreviventes, o que o classifica como o segundo maior acidente aéreo do Brasil, sendo que o maior ocorreu 10 meses depois com o Airbus A320 da companhia TAM, em julho de 2007.

Em meio a isso, os brasileiros preparavam-se para escolher o futuro presidente da República, além de governadores, senadores, deputados estaduais e federais. O país vivia a maior eleição da história com 91.244 locais de votação e 380.945 urnas eletrônicas.

Oito candidatos disputavam uma vaga ao Palácio do Planalto. Lula, do PT, que reelegeu-se, tinha como principal adversário Geraldo Alckmin, do PSDB, que foi ao segundo turno com o atual presidente. Em terceiro lugar nas pesquisas estava a senadora Heloísa Helena, do PSol. Concorriam também Cristovam Buarque, do PDT; José Maria Eymael, do PSDC; Luciano Bivar do PSL; Ana Maria Rangel, do PRP e Rui Pimenta, do PCO, que teve sua candidatura impugnada.



No Rio Grande do Sul, dez candidatos concorriam ao Palácio Piratini. O então governador Germano Rigotto, do PMDB; a atual governadora Yeda Crusius, do PSDB; Olívio Dutra, do PT; Francisco Turra, do PP; Alceu Collares, do PDT; Beto Grill, do PSB; Roberto Robaina, do PSol; Edison Pereira, do PV; Pedro Couto, do PSDC; e Guilherme Giordano, do PCO. Para o Senado, dez candidatos disputavam uma vaga, que foi conquistada por Pedro Simon, do PMDB. Outros 499 gaúchos concorriam a deputado estadual e 288, a deputado federal.

Tragédia: a construção da notícia

A análise do tema centraliza-se nos dois principais jornais gaúchos que circulam diariamente e têm mais de 4 milhões de leitores no Rio Grande do Sul: Correio do Povo e Zero Hora. A concorrência faz com que ambos valorizem e invistam em seus conteúdos para chamar a atenção do leitor e capturá-lo. A longa trajetória dos periódicos mostra a credibilidade que têm junto aos gaúchos, fator importante na relação entre o veículo e o leitor.

Correio do Povo está há 111 anos no mercado e Zero Hora há 42 anos. Os dois jornais integram a própria cultura gaúcha e lê-los é um ato intrínseco aos modos com que os indivíduos relacionam-se com a mídia. Nesse sentido, a cultura midiática não só faz parte da vida dos gaúchos como a constitui.

O jornal é um dispositivo articulador, um sujeito que age sobre a realidade produzindo versões acerca dos fatos. A atividade jornalística se constitui em processos de produção de sentidos, não se tratando de um lugar neutro, de passagem, mas de operação de sentidos, instituído por transações entre campos e seus sujeitos. Essa tendência é oposta à idéia de mera transmissão e reprodução da realidade, como previam algumas teorias da tradição causística e funcionalista, como do espelho (TRAQUINA, 2005) ou matemática (WOLF, 2003), por exemplo.

Esse trabalho complexo de produção de sentidos é orquestrado pela linguagem, pois a atividade jornalística só existe na medida em que é nomeada e movida pelos códigos lingüísticos. Os fatos eleitos para serem cobertos, ao ganharem existência pública e visibilidade social, são transformados em acontecimentos e cada mídia constrói uma versão singular acerca deles. É nesse sentido que o jornalismo é compreendido como um relato segundo, construindo uma nova noção de realidade a partir do ‘real primeiro’, pois cada jornal tem modos próprios de agir, em que o fato 1 (real) é subordinado “à inteligibilidade dos próprios sistemas de enunciação mediáticos”, segundo Fausto Neto (1991, p. 15).

A capa de um jornal é o primeiro contato que o leitor tem com o veículo e, em



função disso, torna-se fundamental para a compreensão da importância da construção da notícia via análise de manchetes e títulos das matérias.

Considerando-se a capa de jornal como um texto sincrético, pois incorpora imagens e textos verbais, é possível identificar o caminho do olhar, ou seja, o percurso de leitura na página, e examinar as estratégias comunicativas e/ou discursivas utilizadas pelos veículos (MOREIRA, 2004, p. 15).

De acordo com Mouillaud (2002, p.100), o título “não representa simplesmente uma variedade de enunciado em um *corpus* lingüístico, nem um item no fluxo das informações, mas a inscrição do jornal por excelência”. O autor ainda acrescenta que os títulos representam uma região-chave, constituindo a abóbada do dispositivo completo do jornal.

Os títulos ainda são comparados por Medina (1978) como um anúncio publicitário, já que, através deles, há o consumo do jornal por parte dos leitores. Dessa forma, a “mensagem-consumo exige um título de apelo forte, bem nutrido de emoções, surpresas lúdicas, jogos visuais, artifícios lingüísticos. O título ganha vida de consumo como qualquer anúncio publicitário (...)” (Medina, 1978, p. 119).

Na busca por conquistar o leitor, a capa do jornal atua como um dispositivo semiótico, que vai muito além das técnicas e dos manuais de redação, pois trabalha com os efeitos de sentidos, envolvidos através de estratégias como o uso e a seleção de palavras, posicionamento de figuras, legendas, tamanho de fontes, configuração da página e etc. Assim, acaba por envolver o leitor e seduzi-lo à compra do jornal e conseqüentemente do produto jornalístico.

Na diagramação gráfica, a primeira página contém vários recursos que conduzem e orientam o percurso do leitor, a começar pelo nome e a logomarca.

A diagramação de uma página não visa somente embelezar a edição, mas propõe a funcionalidade e a intencionalidade do veículo. A hierarquização das notícias (edição) é uma forma de o jornal apontar o que considera mais importante em determinado dia, em que o tamanho da letra define a importância do assunto (MOREIRA, 2004, p. 15).

As construções midiáticas resultam em hierarquizações dos sentidos, em que o jornal estampa em sua capa as chamadas mais importantes, deixando os demais para outros lugares nas seções internas. O jornalista é, segundo Alsina (1989), uma espécie de leitor privilegiado da realidade, pois constrói versões em forma de notícia, agindo sobre a realidade, elaborando e determinando o que merece um status noticioso.

Os acontecimentos só ganham existência pública a partir da ação dos dispositivos



mediáticos que os constroem via processos de enunciação, pois eles “só existem na medida em que esses meios os elaboram”, define Verón (1987, p.X). O trabalho jornalístico é, então, como assinala Mouillaud (2002), um articulador, engendrador de uma realidade, enfim, num produtor de sentidos. Cada jornal produz o seu acontecimento singular com base em características próprias, nas “pressões”, nos discursos de suas fontes, dos campos sociais, da constituição e projeção de seu leitor, cultura e valores jornalísticos.

Para Wolf (2003), a noticiabilidade é resultante das culturas jornalística e organizacional, em que há motivações, valorações e ações decisórias que fazem com que um fato tenha um status noticioso.

Já Berger (1998) defende que o jornal publica apenas o que sua matriz cultural deixar, fazendo com que um acontecimento passe por rotinas e regras e só seja noticiado se “couber” na ideologia e na estrutura pré-determinada (diagramação, espaço para publicidade) do jornal. Para a autora, a questão a ser resolvida pelo editor é “o que há de novo no mundo hoje que “caiba” no meu jornal, que conquiste leitores e não se confronte com os que o sustentam economicamente?” (BERGER, 1998, p.37).

O boeing da Gol que fazia o Vôo 1907 caiu no norte do Mato Grosso após colidir com um jato Legacy, o que resultou na morte de 154 pessoas. A mídia desenvolveu uma série de estratégias para tematizar o acidente, já que houve informações desencontradas, especulações, imprecisões, acusações, como o fato de a empresa aérea não comentar o assunto e só divulgar informações dois dias após a tragédia.

A seleção da notícia e os valores-notícia

De acordo com Bourdieu (1997, p. 25), “os jornalistas têm ‘óculos’ especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado”. Assim, não pode-se dizer que o campo jornalístico busca retratar, traduzir a realidade. Ele só é concretizado a partir de uma tomada de decisões. Dessa forma, a cobertura jornalística realiza um recorte, dando o status noticioso para determinado assunto em detrimento de outros. Após essa filtragem, a notícia ganha visibilidade na esfera pública, como destaca Verón (1987, p.X):

Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte en la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios com mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que esos medios los elaboran.

O processo de seleção é muito mais complexo do que o simples ato de excluir e incluir. Há também uma nova filtragem para definir quais merecem destaques e manchetes



na primeira página, bem como o espaço dedicado nas páginas internas. É preciso, pois, hierarquizar. E essa hierarquização recorre-se aos valores-notícias que se dão de forma singular em cada veículo, pois cada um possui um formato próprio, uma linha editorial específica, influências organizacionais, sociais e culturais que definem tais hierarquizações.

Gomis (1997, p.89) define que o jornalismo pode ser entendido como um método de interpretação da realidade social e a notícia pode ser a definição de um fato, no entanto, para ser considerado notícia, é preciso observar "que recortes têm na realidade social os fatos que os meios tomam e vendem". Segundo o autor, dessa forma é possível compreender de que forma os meios trabalham e como eles usam os fatos que são notícias para fazer uma projeção sobre o futuro da sociedade.

De acordo com Alsina (1989), a realidade que conhecemos é construída através da mídia e só ganha existência no momento que é colocada na agenda pública. Para uma melhor compreensão desse processo, o autor diferencia os acontecimentos das notícias, sendo que os primeiros são recebidos e os segundos são emitidos, ou seja, para que os acontecimentos se tornem notícias são necessários os critérios de noticiabilidade.

Para Traquina (2005, p. 63), os critérios de noticiabilidade “são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia”.

Wolf (2003) explica que a noticiabilidade é resultante da cultura profissional do jornalista e seus valores como também da organização do trabalho.

A noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 2003, p.195).

Sabe-se que não é possível publicar tudo o que acontece no dia-a-dia. É preciso selecionar os acontecimentos que merecem ganhar visibilidade pública. Os critérios são orientados por valores-notícia, como a morte, tragédia, relevância e notabilidade. Em relação ao acidente com o boeing da Gol, o fato foi noticiado com base em alguns desses critérios que serão melhor analisados no decorrer da pesquisa.

Esse trabalho se justifica pelo fato de que os jornais impressos são grandes fontes para outros veículos como o rádio e a televisão. De acordo com McClure - Patterson apud Wolf (2003, p. 148), "a informação escrita fornece aos leitores uma indicação de importância sólida, constante e visível".

Durante um acontecimento político como as eleições majoritárias, a mídia procura publicar assuntos paralelos ao pleito, considerados de menor importância noticiosa. O caso



Gol "concorreu" diretamente com o tema eleições. À medida que novos fatos surgiam, dados, hipóteses e acusações, foram ganhando espaço na mídia. A repercussão do caso teve destaque nos principais jornais do país e do mundo por agregar valores-notícia como ineditismo, impacto, relevância, tragédia e morte, já que 154 pessoas morreram a bordo.

De acordo com Gomis (1997), notícias envolvendo crimes, catástrofes e outras desgraças circulam com privilégio e ocupam uma posição de destaque nas relações interpessoais. O autor acrescenta que a análise das más notícias é necessária porque ajuda a compreender a função dos meios no autocontrole e na condução da sociedade.

Sabe-se da importância que a mídia representa para dentro de um contexto social ao transformar os fatos em notícias. Contudo, também sabemos que existe um interesse por parte dos veículos em tornar público determinado acontecimento. Para Traquina (2004, p.157), "as notícias são o resultado de processos de interação social que têm lugar dentro de uma empresa jornalística". Logo, o que pode ser de interesse para um veículo pode não ser para o outro.

A seleção das notícias, em meio a inúmeros fatos, é uma tarefa difícil para o jornalista. O processo de produção da informação jornalística envolve várias etapas e os valores-notícia orientam as escolhas dos temas. Segundo Wolf (2003, p.202), "valores-notícia são critérios de relevância difundidos ao longo de todo o processo de produção e estão presentes tanto na seleção das notícias como também permeiam os procedimentos posteriores, porém com importância diferente".

Traquina (2005) identifica alguns valores-notícia dividindo-os em dois tipos: os de construção que fazem um ponto dentro do acontecimento ser realçado e amplificado dando o tom da cobertura e os de seleção que são os fatores que fazem os profissionais do jornalismo escolher um acontecimento para noticiar ao invés de outro.

Impacto, relevância, tragédia e morte são alguns valores-notícia utilizados pelos jornais Zero Hora e Correio do Povo como estratégias para atrair o leitor, a partir do pressuposto que o jornalismo reconstrói a realidade. No entanto, essa reconstrução passa por diversos processos de seleção que não permitem que a "realidade" seja reconstruída. Segundo Traquina (2004), no final do século XIX os jornalistas raramente duvidavam da possibilidade de escrever a realidade, já nos anos 1930 os jornalistas reconheciam que a reportagem objetiva era, no fim das contas, uma meta fora do seu alcance.

Em 2006, o acontecimento ficou conhecido como "o maior acidente aéreo do Brasil", hoje superado pela tragédia envolvendo o Airbus da TAM, ocorrida em 17 de julho de 2007. Nesse contexto, o caso atraiu a atenção da mídia, seja pela relevância, por envolver um grande número de pessoas e por ser uma tragédia às vésperas de o Brasil eleger seu



presidente.

O agendamento dos acontecimentos

O acidente coincidiu com as vésperas do período eleitoral quando, tradicionalmente, a mídia publica muitas informações sobre o processo eleitoral. Pelo tamanho de sua importância, o fato foi agendado, ou seja, tornou-se notícia por um longo tempo. Esse é o processo de agendamento que, segundo Traquina (2001, p.33), "os mídia não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar".

O conceito de Agendamento foi proposto pela primeira vez em um artigo de uma revista norte-americana. Os autores McCombs e Shaw selecionaram cinco jornais diários (um com circulação nacional, dois semanários e dois telejornais) e analisaram as opiniões de uma amostra de 100 leitores de uma cidade do interior dos Estados Unidos. A pesquisa desenvolvida buscou investigar como a mídia agendou a eleição presidencial de 1968 e a influência que tiveram em eleitores indecisos que ficavam atentos às informações divulgadas pelos meios de comunicação.

A proposta de McCombs e Shaw era que as pessoas tendem a compreender grande parte da realidade social através dos meios de comunicação de massa, pois as notícias veiculadas são fundamentais para a formação de opinião e discussão na esfera pública:

em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflecte de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW, apud WOLF, 2003, p. 143).

Os autores concluíram que a mídia influencia naquilo que as pessoas deveriam pensar. A partir dessas conclusões, muitas hipóteses sobre o conceito de agendamento foram estudadas. O caso "Gol" foi sendo agendado à medida que critérios de noticiabilidade eram construídos ou em ações pré-estabelecidas como: as vítimas, família e amigos das vítimas, empresa aérea, modelo e prefixo da aeronave, danos materiais, apuração de causas e conseqüências, responsabilidades, testemunhas, entre outros.

A mídia agenda e tematiza o que será discutido pelos campos sociais decidindo o que será noticiado. Como processo discursivo, o agendamento das notícias são interpretados pelo campo midiático segundo critérios de noticiabilidade. Para Wolf (2003, p. 195), a noticiabilidade é definida "como o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre, os quais há



que selecionar as notícias, podemos definir os valores/notícia (*news values*) como sendo um componente da noticiabilidade”.

Segundo Traquina (2001), a maior parte dos estudos sobre agendamento centraliza-se na relação entre agenda midiática e agenda pública. Para o autor, a influência da agenda da mídia sobre a agenda pública é direta e imediata, principalmente, quando o público não tem experiências diretas com certos temas.

O mesmo fato, mas agendas distintas

Acontecimentos como o acidente envolvendo o boeing da Gol, se tornam conhecidos na esfera pública a partir da publicação dos veículos de comunicação e pela forma como eles são construídos. O espaço que determinada matéria ganha e o tempo que o jornalista dedica para redigir as matérias podem exercer influência sobre os assuntos que serão discutidos pela esfera pública, nas relações interpessoais.

Nos jornais Correio do Povo (CP) e Zero Hora (ZH) identifica-se muitas semelhanças entre os textos e na escolha dos assuntos pertinentes. Neste caso, apontam para duas agendas diferentes: a tragédia aérea e as eleições. Foram analisados os jornais do dia 30 de setembro de 2006, data que a mídia impressa passa a noticiar o acontecimento, 01 de outubro, dia em que o país decide o primeiro turno das eleições, 02 e 03 de outubro, datas posteriores aos dois acontecimentos.



CP (30/09/2006)



ZH (30/09/2006)

A matéria de capa nos dois veículos era a mesma, ou seja, o desaparecimento do boeing da Gol. Inclusive os títulos são idênticos, como exemplificados abaixo, diferindo pelo fato de CP afirmar que houve uma colisão:

CP - “Avião da Gol com 155 a bordo desaparece após colisão no ar”



ZH - “Boeing com 155 a bordo desaparece no sul do Pará”

Por possuírem características distintas, principalmente no formato dos jornais, percebe-se que Zero Hora valoriza a manchete de capa com o uso de uma fonte maior que Correio do Povo. Outra peculiaridade bastante singular de CP é a manchete, seguido da matéria completa com destaque para a foto dos familiares dos passageiros que estavam a bordo e recursos de infográficos para situar e localizar o leitor sobre o percurso realizado pelo boeing da Gol. Já ZH privilegia o fato através da manchete, mas não traz nenhuma foto estampada na capa. No entanto, destaca as eleições para o governo do Estado, trazendo as fotos dos três principais concorrentes ao governo do Estado e, ainda, uma chamada relacionada ao pleito. CP traz apenas uma chamada para o tema “eleições” com a lista completa dos candidatos.

Paralelamente à informação da tragédia e das eleições, a crise política no Brasil também obteve destaque. Tanto no Correio do Povo como na Zero Hora foi publicada a mesma foto do “dinheiro do dossiê”, que seria usado por petistas para a compra de candidatos tucanos, apreendido pela Polícia Federal de São Paulo. Os textos dos jornais são distintos: CP apresenta a notícia completa enquanto ZH traz apenas o lead.



CP (01/10/2006)



ZH (01/10/2006)

Na edição do dia seguinte, CP privilegia o tema político enquanto ZH. Os jornais apresentam as seguintes manchetes:

CP - “125,9 milhões definem futuro do país”

ZH - “A maior tragédia da aviação no Brasil”



Neste dia, o acidente continua disputando espaço com as eleições, só que desta vez, ganha um *status* ainda mais relevante, já que as apurações levantadas apontam para o “caso” como sendo a maior tragédia do Brasil. Correio do Povo destaca o dia com a decisão do pleito, com fotos dos três principais candidatos ao governo gaúcho nos seus comícios e dos três principais candidatos à presidência da República tomando chimarrão. Já ZH apresenta o que está em jogo nas urnas trazendo duas chamadas: uma com dúvidas sobre votos e outra sobre a escolha dos candidatos pelos brasileiros. O destaque na edição de ZH vai para o acidente com uma manchete de impacto, morte e novidade: **“A maior tragédia da aviação no Brasil”**. Aqui, o jornal amplifica o acontecimento, aumentando as possibilidades da notícia ser notada, ou seja, é um mega-acontecimento que possui grande carga negativa.

Correio do Povo traz como manchete secundária: **“Encontrados os destroços do boeing da Gol”**, seguido da matéria completa com destaque para uma contradição entre o chefe de saúde do município de Peixoto de Azevedo, Carlos Afonso de Oliveira, que afirma existir sobreviventes e militares da Base Aérea de Cachimbo que afirmam não haver pessoas com vida. Mais uma vez, a edição publica uma foto dos familiares em desespero e de um mapa explicativo do local do acidente.

Enquanto isso, ZH destaca o fato de não haver sobreviventes explorando vários ângulos da tragédia trazendo como chamada, as causas que intrigam os especialistas. Os periódicos trazem a notícia de âmbito nacional para o cotidiano local, através de um levantamento de nove gaúchos presentes no vôo, configurando certa relevância, quantidade precisa e proximidade cultural. E ainda, ambos trazem chamadas para o fato de Renan Calheiros, presidente do Senado, ter escapado de uma queda de helicóptero.



CP (02/10/2006)



ZH (02/10/2006)



ZH – contracapa (02/10/2006)

Na edição do dia 02 de outubro, os jornais apresentam as mesmas matérias, ou seja, o segundo turno das eleições. Entretanto, CP destaca o pleito nacional enquanto ZH, o estadual. As manchetes do dia são as seguintes:

CP - “Lula e Alckmin no segundo turno”

ZH - “Yeda e Olívio no 2º turno”

Correio do Povo e Zero Hora dão ênfase para a cobertura das eleições. O acidente da Gol é temporariamente “apagado” das capas dos jornais. Neste caso, o fato é que a tragédia já não se configura como algo novo. A partir de então, começam a surgir novos fatos, versões acerca do acontecimento. O pleito merece *status* noticioso por apresentar os resultados, as mudanças e as surpresas, como o fato de Yeda ser a primeira mulher a disputar o segundo turno, derrotando o então governador Germano Rigotto.

CP destaca o segundo turno na presidência, trazendo fotos de Lula e Alckmin e como manchete secundária sobre a disputa no segundo turno entre Yeda e Olívio, com fotos de ambos, além de gráficos com as apurações no Estado, no país e para o Senado. Já ZH prefere a disputa gaúcha, com fotos de Yeda e Olívio, na mesma proporção, e de Rigotto ao centro e menor, chorando a derrota. A disputa entre Lula e Alckmin aparece como manchete secundária.

No entanto, ZH privilegia o acidente na sua contracapa, dramatizando o acontecimento. Como manchete, o jornal traz: “**Oficial da PM: ‘É um horror’**”. O enunciado do oficial da PM, somado a foto dos destroços do avião já antecipa as dificuldades de haver algum sobrevivente, referenciando ao inesperado, ao choque, à tristeza e indignação. Além disso, o jornal traz uma chamada para as hipóteses indicadas pelos especialistas e a lista completa dos passageiros gaúchos que estavam no voo.



CP (03/10/2006)



ZH (03/10/2006)



A corrida pelos governos do Estado e da República continua definindo as capas de Correio do Povo e Zero Hora do dia 03 de setembro, conforme as manchetes abaixo:

CP - “Candidatos definem estratégias para retomada das campanhas”

ZH - “Começa a batalha do segundo turno”

Os jornais seguem destacando a agenda política e as manchetes são as mesmas, retratando as estratégias para os candidatos vencerem o segundo turno. CP e ZH trazem fotos expressivas de Lula, Alckmin, Yeda e Olívio, assim como suas redefinições e alianças políticas. CP traz um infográfico com o mapa do Brasil dividido entre Lula e Alckmin.

O acidente com o boeing da Gol aparece como chamada nos dois veículos. CP traz a chamada para a identificação de cem corpos, ressaltando a dificuldade na localização dos corpos, bem como o encaminhamento para a perícia da caixa-preta do avião encontrada pela Polícia Militar. O envio da caixa-preta para a perícia nos EUA, também é destaque em ZH, com uma pequena foto da polícia e do helicóptero de resgate no meio da selva. A edição ainda traz uma chamada com o depoimento do jornalista americano Joe Sharkey, que estava no Legacy que colidiu com o boeing da Gol. Outras notícias começam a ganhar visibilidade em ZH como as estratégias do Grêmio Futebol Clube para chegar à final do campeonato brasileiro e o sul coreano Ban Ki-moon favorito para o cargo de secretário da ONU.

“Onde há morte, há jornalistas” (Traquina, 2005, p. 79). Dessa forma, o autor traduz o valor-notícia **morte** como uma das razões fundamentais para a comunidade interpretativa que explica o negativismo do campo jornalístico na elaboração dos conteúdos que serão estampados nas capas diárias dos jornais. O valor da **proximidade** revela que os acontecimentos considerados mais importantes são aqueles mais próximos à posição geográfica do veículo/leitor, em função disso, ambos os jornais buscaram trazer em suas capas os gaúchos que estavam no vôo.

A **notabilidade** diz respeito aos fenômenos visuais e tangíveis, mas não basta simplesmente existir algo se nada de extraordinário ocorrer para ser publicado. A **relevância** torna o assunto interessante, pois o acontecimento causou um forte **impacto** na vida das pessoas. O **inesperado** é o principal valor-notícia atribuído ao acontecimento, já que carrega grande carga de **negatividade**. O valor **quantidade** se traduz no número de pessoas que serão impactadas pelo episódio: 154 pessoas.

Uma série de fatores pode interferir na produção da notícia, como a escassez do tempo, a falta de dados e as “pressões” jornalísticas para que a notícia seja produzida e publicada. Zélia Leal Adghirni apresenta alguns aspectos:



Alvo da ação estratégica de múltiplos agentes sociais, os jornalistas são freqüentemente obrigados a elaborar a notícia, a escrever a “estória” em situações de grande incerteza, com falta de elementos, confrontados com terríveis limitações temporais, pressionados pela concorrência de outros órgãos de informação. Ainda mais, precisam selecionar certos acontecimentos dentro de uma avalanche de múltiplos acontecimentos, fazendo escolhas quase imediatas, sem grande tempo para refletir sobre o significado e o alcance histórico do que acabou de acontecer e que precisa ser informado imediatamente” (in Mouillaud, 2002, p. 464).

A **novidade** se refere à prática de somente divulgar fatos novos. Para retomar um tema de conhecimento comum é necessário que haja novos dados a serem acrescentados ao evento inicial. O critério da **atualidade** trata de evitar a repetição. À medida que os leitores desconhecem determinados assuntos é a mídia que supre essas necessidades. No entanto, as informações devem proporcionar ao leitor uma idéia precisa sobre dado acontecimento. De acordo com Erbolato (2003, p.55) "O leitor quer novidades. Deseja saber o que ainda desconhece, ou o que sabia apenas superficialmente (...)". Dessa forma, a cada edição os jornais traziam fatos novos ou corrigiam os anteriores.

Para se ter uma idéia, as primeiras edições dos jornais traziam o desaparecimento do avião como algo sem explicação, sem motivo aparente. Só depois vieram à tona os motivos reais da tragédia, através de constatações de falhas dos controladores de vôo, desvio da rota e conseqüentemente a instauração da crise aérea no Brasil.

Essa busca por publicar sempre o novo e o ainda desconhecido pode ser perfeitamente visível na disputa das capas entre os temas eleições e acidente aéreo. A partir do dia 02 de outubro observa-se nitidamente a preferência pelo tema eleições em CP e ZH. Isto pode ser atribuído no valor **intensidade**, no qual é mais notável o que tem maior intensidade aferida em números. Logo, o pleito atinge uma camada maior da população, já que uma nova disputa eleitoral está prestes a acontecer no Brasil e no Estado gaúcho.

Um outro valor do **ineditismo** determina que a raridade de um acontecimento é fator essencial para o interesse que desperta no público leitor. Trazendo isto para o caso analisado, o **mega-acontecimento** causou uma certa ruptura nas rotinas dos jornais e logo foi sendo apagado em termos de hierarquia.

O *inesperado* e o *mega-acontecimento* são referentes a este grupo, pois ocorrências de grandes proporções usualmente modificam a rotina de grande número de pessoas das mais diversas camadas sociais (TRAQUINA, 2005). O acontecimento noticioso analisado é um fato não programado, que não estava previsto nas rotinas dos veículos. Zero Hora apresenta as apurações dos fatos com mais eficácia e detalhamentos, procurando explorar



ângulos diferentes da tragédia. Além disso, mudou a rotina com enviados especiais na cobertura do caso e relatos dos editores de fotografia sobre as impressões do acidente.

A análise de dois acontecimentos diferentes, o programado e o inesperado, revela uma disputa de agendas que acaba afetando as rotinas jornalísticas. Estudos dessa natureza representam uma contribuição para compreender como a mídia constrói sentidos sobre o cotidiano ampliando as pesquisas em comunicação.

Referências Bibliográficas:

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **La construcción de la noticia**. Buenos Aires: Paidós Ibérica, 1989.
- BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: editora da UFRGS, 1998.
- BORDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- ERBOLATO, Mário. **Técnicas de codificação em jornalismo. Redação, captação e edição de jornal diário**. São Paulo: Ática, 2003.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Fundo Editora, 1991.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoría del periodismo – cómo se forma el presente**. Barcelona: Piados, 1997.
- MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**. São Paulo: Summus, 1978.
- MOREIRA, Deodoro José. **11 de setembro de 2001: Construção de uma catástrofe nas primeiras páginas de jornais impressos**. 2004. 122f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.
- MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.
- _____. **Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.
- _____. **Teorias do jornalismo. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, 2005.
- VERÓN, Eliseo. **Construir el acontecimiento**. Buenos Aires: Gedisa editorial, 1987.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.