

Enquadramentos da tragédia de Santa Catarina em *Veja* e *Época*

Josemari Poerschke de Quevedo

Eloisa Beling Loose

Mestrandas no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS.

Resumo

O artigo visa mostrar recorrências de enquadramentos em duas revistas semanais de informação brasileiras – *Veja* e *Época* – para noticiar a catástrofe de Santa Catarina, no final de novembro de 2008. A partir da premissa construcionista do jornalismo debatida por Traquina, do conceito de enquadramento de Goffman e da estética da repetição de Calabrese, buscar-se-á averiguar como as publicações “moldaram” o acontecimento e investigar a hipótese de que ambas utilizam estratégias semelhantes, mesmo não sendo parte do mesmo projeto editorial.

Palavras-chave: Jornalismo; Enquadramento; Estética da repetição.

Abstract

*The article aims to analyze the recurrence of framings in two Brazilian information magazines – *Veja* and *Época* – to report the disaster at Santa Catarina, in late November, 2008. From the premises of the Constructionist Theory of journalism discussed by Traquina, from the framing concept by Goffman and the aesthetic of repetition from Calabrese, it will be examined how the publications framed the event and investigated the hypothesis that both magazines used similar strategies even not being part of the same editorial project.*

Keywords: Journalism. Framing. Aesthetic of repetition.

INTRODUÇÃO

Os meios de comunicação intermedeiam grande parte das mudanças que ocorrem nas sociedades e realizam a manutenção dos preceitos dessas novas ordens que se instituem. Dessa forma, tornam-se responsáveis por boa parte de nossas referências sócio-culturais. Esse trabalho se debruça sobre cobertura jornalística da tragédia ocorrida no estado de Santa Catarina a fim de revelar quais são as repetições e enquadramentos desse acontecimento¹ mais significativos nas duas maiores revistas semanais brasileiras – segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), *Veja* e *Época*. Sabe-se que o jornalismo utiliza estratégias recorrentes para estruturar o conhecimento social que norteia o cotidiano das pessoas. Essas estratégias são utilizadas, sobretudo, considerando o fator tempo de fechamento das notícias numa lógica de mercado, na qual o jornalismo deve cumprir com seu papel definidor do que é interessante noticiar, ou seja, o que tem vendagem e repercussão social, tendo em vista a instituição que representa e o público que lhe interessa.

O jornalismo é capaz de alocar os indivíduos deslocalizados na fragmentária sociedade contemporânea em um local de reconhecimento por meio de bens simbólicos, que ativam as memórias culturais e nos remetem às nossas identidades, a um sentimento de pertencimento. Como sistema simbólico, atua como estruturador e mantenedor da organização da sociedade, estipulando e reforçando atitudes e valores. Pode ser visto também como um dos processos que busca compreender as transformações incessantes da sociedade, caracterizada como fragmentada, movida pela visualidade e velocidade. Assim, o jornalismo tenta dar conta desse comportamento, desse outro ritmo, de valores mais voláteis e de indivíduos mais utilitários e egoístas, porém há outras regras no jogo. Não há como negar que a máquina midiática, da qual o jornalismo faz parte, é uma empresa que sempre vai buscar mais lucro e, portanto, mais públicos. Resistir no meio mercadológico da sociedade midiática não deve sacrificar os princípios deontológicos da atividade, mas adaptá-la a uma nova realidade. Entretanto, verifica-se na maioria dos meios que a compreensão da informação fica limitada a poucas linhas e muitas imagens, e, sendo complexa demais, é simplificada.

A tentativa de homogeneizar os produtos midiáticos através daquilo que é mais raso e superficial, porém, não é de todo ruim. Lipovetsky (2004) afirma que é a mídia quem permite a multiplicidade de olhares e a comparação entre outras épocas, lugares e ideais, o que favoreceria em escala global um uso mais intenso da razão individual. Nessa linha, Goffman (1974, p. 21) já sugeria que o próprio indivíduo é eficiente em organizar e dar sentido ao que acontece em sua volta, mesmo a partir de questões particulares (o que chama estrutura primária²), desde que essa organização ocorra de modo que outras pessoas sejam capazes de entender e compartilhar.

É necessário não esquecer que a atuação midiática se dá conforme as perspectivas de seu alvo. Se a sociedade tem suas concepções alteradas, a mídia

adaptará seus enfoques e estéticas em prol das novas vontades/necessidades que surgem. Hoje não há como negar que a mídia faz parte da nossa experiência e que ela participa do nosso viver, nos oferecendo mapas de entendimento para compreender o mundo do qual fazemos parte de algum modo. Nesse sentido, o jornalismo tem grande e preponderante importância na vida das pessoas no que tange ao que elas apropriam como realidade. A partir da perspectiva construcionista do jornalismo (TRAQUINA, 2005), estabelece-se que as notícias ajudam a construir a realidade e, quando a fazem, utilizam-se de fórmulas e estratégias para noticiar fatos de grande repercussão, destacando aspectos que são enfatizados e repetindo significados.

Construção da realidade, produção de modos de ver

Até os anos de 1970, o entendimento geral que reinava era de que o jornalismo era capaz de transmitir a realidade sem interferências. O conceito de objetividade era entendido como o oposto à opinião, à ideologia. Assim, os jornalistas imparciais, que tinham como pretensão o equilíbrio das informações e não escreviam seus julgamentos, eram tidos como os objetivos, que estariam apenas relatando os fatos que presenciaram. Esse pensamento alimentou a perspectiva da Teoria do Espelho, na qual as notícias são espelhos da realidade (ideologia profissional clássica dos jornalistas).

Com a inserção do paradigma construcionista³ no campo de pesquisa do jornalismo, essa concepção tomou novos rumos. Alsina expõe o novo olhar dado para o jornalismo.

La noción “construcción social de la realidad” tal como la definen Berer y Luckman (1979) se sitúa a nivel de la vida cotidiana; en la que se da, sin embargo, un proceso de institucionalización de las prácticas y los roles. Este proceso es al mismo tiempo socialmente determinado e intersubjetivamente construido. Esto nos lleva a caracterizar la actividad periodística como um rol socialmente legitimado para producir construcciones de la realidad públicamente relevantes (1989, p. 30).

Inseridas nessa conjuntura, as notícias começaram a ser entendidas como histórias, que resultam de um processo de construção, lingüística, organizacional, social, cultural. O conceito de distorção, que antes era motivo de acusação àqueles que não se enquadravam no “ser objetivo”, torna-se inadequado porque se percebe que as atitudes dos jornalistas são circunscritas por constrangimentos oriundos das organizações noticiosas, pelas negociações com as fontes, pelas rotinas de trabalho e pelos próprios desafios do uso da linguagem. Segundo Berger, “o jornalismo não representa o real, mas o constrói pela linguagem, obedecendo a uma ‘gramática de produção’ própria do contexto e da instituição da qual ele (o discurso) é produzido” (2003, p. 127).

Dessa maneira, o jornalismo enquanto fruto de uma instituição responde conforme as premissas do lugar onde se encontra enquanto produtor de bens simbólicos. Segundo apontam Berger e Luckmann (2008), a objetividade do mundo institucional, por mais dura que pareça, é produzida e construída pelo

homem. Em outras palavras, a instituição atua sobre o homem, enquanto esse atua sobre ela. A partir dessas mudanças sobre a forma de ver o jornalista e seu exercício, a objetividade começou a ser apropriada como um “ritual estratégico” (TUCHMAN, 1971), em que o termo serviria para seguir os procedimentos adequados a uma cobertura não tendenciosa (a saber: apresentar versões diferentes do mesmo fato, mostrar provas suplementares para comprovar sobre o que escreve, utilizar aspas para indicar que não é o repórter quem está dizendo, estruturar as notícias para que se possa identificar o que é mais importante e o que é opinião). Esses procedimentos são postos por Tuchman como

estratégias através das quais os jornalistas se protegem dos críticos e reivindicam, de forma profissional, a objetividade, especialmente porque sua experiência profissional não é suficientemente respeitada pelos leitores e pode até ser alvo de críticas (1971, p. 89).

Pode-se enxergar esse processo como parte de uma ritualização que busca dar proteção aos profissionais da área. Sem a responsabilidade de se dizer objetivo (ou tentar seguir os tributos que remetam a isso), seria difícil manter a credibilidade que reveste o trabalho dos jornalistas, e impossível de ser exercido o papel de legitimador de acontecimentos. Diante de tal missão, faz-se necessário recordar que o jornalismo está ligado à formação da opinião pública, ao dever de informar aquilo que é de interesse coletivo. Essa natureza e responsabilidade de noticiar o que é de interesse público e de converter acontecimentos em algo de conhecimento de todos estão atreladas a fatores inter e extra-organizacionais. Silva lembra que o fato jornalístico está muito mais distante do conceito de espelho da realidade, quando se leva em conta que ele é constituído por fatos sociais e institucionais, ou seja,

o texto noticioso já traz no seu interior fatos institucionais que possuem estruturas que se interligam na arquitetura de uma realidade social que permeia a vida de todos os indivíduos. Posso dizer, com certa segurança, que o enunciado jornalístico é uma reafirmação de um mundo institucional. Os fatos desagregadores da vida em sociedade divulgados pela notícia ratificam a “estabilidade social” que aparentemente está sendo contestada. É dos leitores a possibilidade de situar seu olhar e direcionar sua ação e fala a partir do lugar que ocupa dentro desse mundo institucionalizado (2006, p. 191).

Nesse momento o receptor é posto em discussão, como outra peça do processo de construção da notícia. Alsina (1989) afirma que tal processo possui três fases: a da produção, a da circulação e a do consumo, evidenciando que o jornalista, embora cercado de certa autonomia e autoridade, não tem o poder de refletir de forma isenta a realidade que o cerca. Como prática social, ele retém as informações, transforma-as e estrutura os acontecimentos através de movimentos interpretativos que estão relacionados às vivências, ao contexto sócio-histórico, às normas editoriais, às vozes ouvidas para a fabricação do texto, etc.

Charaudeau confirma tal aceção quando diz que o acontecimento “nunca é transmitido à instância de recepção em seu estado bruto; para sua

significação, depende do olhar que se estende sobre ele, olhar de um sujeito que o integra em um sistema de pensamento e, assim fazendo, o torna inteligível” (2006, p. 96). Essa integração, ainda conforme os pressupostos deste autor, está baseada no contrato de comunicação existente entre o veículo que transmite a mensagem e o leitor.

JORNALISMO CONTEMPORÂNEO E A ESTÉTICA DA REPETIÇÃO

O jornalismo que circula na sociedade hoje faz uso excessivo de imagens, alegando maior interesse do público pela informação icônica. Alega também que o público tem menos tempo para se deter em textos escritos. Nas revistas essa mudança é mais visível: ainda que historicamente seja ela o espaço guardado para grandes reportagens, com contextualizações e detalhamentos maiores, atualmente ela é repleta das mais variadas formas de produção iconográfica (fotografias, ilustrações, charges, infográficos, mapas, etc). Esclarece-se que essa afirmação não significa, necessariamente, uma perda na qualidade informativa, apenas reflete um novo estilo ou uma outra tendência de se produzir jornalismo.

O apetite pelo drama, pela tragédia é outro ponto a ser discutido. Sabe-se que temas fortes, como violência e desastres naturais, que envolvam pessoas possuem um alto poder de atração do público, uma grande chance de venda. Este é um valor-notícia que perpassa épocas. Quando o grau de imprevisibilidade, as proporções e os números aumentam, cresce também o poder de captação de um relato, que se configura em um grande acontecimento, assunto que será abordado mais detidamente no próximo item.

As formas de apresentação do veículo não de hoje influenciam na construção dos sentidos que são interpretados pelos leitores/espectadores, porém pode-se notar uma intensificação das estratégias (que conduzem o público ao interior dos textos, captam sua atenção e buscam ativar um primeiro interesse na temática), já que vivemos cercados e inseridos em uma sociedade marcadamente visual. O estudo da estética dos meios auxilia na compreensão daquilo que recebemos e possibilita conexões diferentes a partir da repetição de determinadas marcas.

Como já foi dito, a estética predominante nas revistas atualmente está marcada pela repetição, fragmentação, alta velocidade, e valorada fortemente por aquilo que é icônico. Omar Calabrese (1987) trabalha essa estética, enfatizando a nítida reprodução existente no uso de recursos semelhantes, temas e cenários-tipos. A lógica da repetição, segundo este autor, não se ocupa só da forma ou do conteúdo, mas também adentra o campo da recepção, permitindo a interação com aquilo que se repete, isto é, o espectador quer o mesmo, porém com pontuações novas. Dessa forma, assim como a repetição atua na produção, ela trabalha também no momento do consumo.

Do surgimento da imprensa, Benjamin já previa alterações nas concepções da arte quando relacionava a reproduzibilidade tecnológica às questões como

duplicação ou cópia e originalidade, inediticidade e repetição (BENJAMIN, 1994). Os discursos precisam atualmente ser cercados de imagens que envolvam os consumidores porque a força do fato passou a ser transmitida pela imagem. Com as mudanças tecnológicas, econômicas e político-sociais, o público passou a consumir de outra forma e os meios de comunicação precisam correr atrás de novas fórmulas que os satisfaçam.

Sob a ótica da estética, entendida como a relação entre matérias e formas que produz percepções vinculadas à emoção, serão mostradas neste breve estudo as marcas gráficas e discursivas mais repetidas nas duas publicações semanais já mencionadas no início a partir da perspectiva do “enquadre”. É válido ressaltar que a mídia em geral (e aqui se sublinha o processo jornalístico) é refém de um sistema que, para vender e tornar rentáveis seus produtos, faz uso de clichês e estereótipos. Em função do capital, marcas se repetem e sua exposição freqüente demarca padrões e estipula valores. Os veículos jornalísticos se inserem nesse contexto e fabricam modelos conforme estratégias que têm funcionamento e vendagem confirmadas ao seu público. É pela constante aparição de certos moldes e discursos que nos habituamos a consumi-los (afinal se todos os consomem, como eu não consumirei?) e até buscamos mais do mesmo (pois tais produtos se adicionam a nossos hábitos e gostos).

O ENQUADRAMENTO DO ACONTECIMENTO

O jornalismo enquanto prática apresenta duas situações que conferem grande valor à produção midiática contemporânea. Trata-se do fato de a notícia imprevisível ser uma das maiores fontes de venda do jornalismo em nossos dias e, ao mesmo tempo, tocar na capacidade do jornalista, do veículo, em colocar ordem nesta imprevisibilidade para noticiar aos seus leitores de maneira inteligível. As revistas semanais tendem a oferecer reportagens mais elaboradas sobre os fatos importantes da semana e dão amplo relato em edições especiais sobre os acontecimentos que irrompem nesta semana se o caso for especial e cumprir com um alto valor-notícia⁴ (no caso, o inesperado). Reconhecidamente as notícias chamadas rotineiras, que preenchem as lacunas fixas das publicações, são maioria. Mas neste artigo nos interessa observar como o grande acontecimento, no caso a tragédia catarinense, foi abordado em *Veja* e *Época*.

O enquadramento, conforme o uso feito por Goffman (1974), surgiu como um princípio da organização da experiência de uma situação social. Da realidade, são destacados pontos sobrepostos a outros que servirão para dar sentido a um enquadramento significativo. A aproximação com o tradicional “o que?”, “quem?” “quando?”, “onde?” e “por que?”, que não deixa de ser uma maneira de enquadrar, ligou o teórico canadense aos estudos do jornalismo e acabou reforçando os questionamentos justamente sobre a objetividade pregada pelas perguntas do lead. Afinal, pelo conceito de enquadramento, diante

de um fato da realidade, são selecionados, priorizados e destacados aspectos a serem salientados em detrimento de outros, considerando ainda nesse processo questões profissionais, das fontes, burocracias empresariais e relações.

A possibilidade de análise proporcionada a partir dos enquadramentos aplicados à mídia sugere que a ênfase dada a certos aspectos promove uma “orientação estruturada” (HACKETT, 1993) fornecida pelo veículo jornalístico sobre uma notícia. Assim, é possível encontrar diferenças e similaridades substanciais de traços nas coberturas dos grandes acontecimentos, conferindo ao enquadramento mais um atributo no momento em que participa na construção da notícia ativando dispositivos que preponderarão nos meta-acontecimentos⁵ (RODRIGUES, 1988). Os dispositivos se realizam a partir de instâncias discursivas regidas conforme as regras do mundo simbólico esperando que esse seja comum a um número de pessoas.

A criação deste “mundo de significados” (GOFFMAN, 1974) nos remete à questão circunstancial a partir de quais critérios o jornalismo seleciona o real, que, mesmo não sendo o tema em questão, nos indica o envolvimento de fatores inerentes ao interesse do leitor pelo trabalho jornalístico e deste na hora de produzir, como atenção seletiva, envolvimento íntimo e não contradição. Cabe ressaltar, isso sim, outras vertentes do conceito de Goffmann, como embalagem de notícias (ENTMANN, 1994 apud PORTO, 2007), se referindo especificamente ao enquadramento como uma “idéia central organizadora” em cada pacote (PORTO, 2007), a qual tipifica, diagnostica, avalia e prescreve. Uma análise de relação direta ao jornalismo nessa linha foi realizada por Todd Gitlin em estudo sobre a cobertura do movimento contra a guerra do Vietnã pela mídia norte-americana, a partir do qual apresentou uma das principais definições do enquadramento e detectou que

os enquadramentos da mídia [...] organizam o mundo tanto para os jornalistas que escrevem relatos sobre ele, como também, em um grau importante, para nós que recorremos às suas notícias. Enquadramentos da mídia são padrões persistentes de cognição, interpretação e apresentação, de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam o discurso, verbal ou visual, de forma rotineira (GITLIN, 1980 apud PORTO, 2007).

Ainda em termos jornalísticos, trabalhos mais avançados sobre o conceito sistematizaram dois modos de apresentação: os enquadramentos interpretativos e os enquadramentos noticiosos. Os primeiros são baseados em sugestões interpretativas calcadas em mitos e arquétipos de temas midiáticos durante um tempo mais longo. Os enquadramentos noticiosos, focalizados aqui, se referem a formas de apresentação, seleção e ênfase utilizados pelos jornalistas para organizar seus relatos. Podem ser detectados nas formatações, titulações ou angulações de notícias. Segundo Porto, cabe ressaltar que esses “enquadramentos são resultados da escolha do(s) jornalista(s)” (2002, p. 15) e têm como consequência a ênfase seletiva a certos aspectos da realidade percebida.

O acontecimento pela natureza imprevisível e de dissolução histórica, ainda mais se de tragédias com mortes, carrega grande tensão de irracionalidade, complicando a cobertura de uma situação que se apresenta caótica. Conforme aponta Rodrigues (1988), o jornalismo, enquanto mediador da realidade, cria formas de dar encaminhamento racional aos fatos, trabalhando nesse intuito com um discurso de enquadramento e regulação.

ENQUADRAMENTO DA TRAGÉDIA DE SANTA CATARINA

Para demonstrar como há fórmulas que se repetem na cobertura de produtos editoriais diferentes, detemo-nos em duas revistas semanais na cobertura do mesmo acontecimento. Veja, da Editora Abril, é a líder no mercado do país, tendo a média de 1,1 milhão de exemplares por edição. Já Época, da Editora Globo, está em segundo lugar, com cerca de 430 mil, segundo dados do IVC medidos de janeiro a maio de 2008.

Começamos com a análise dos enquadramentos das capas das revistas, que sintetizam de maneira mais direta e em contato com o público os problemas causados pela enchente em Santa Catarina. Pressionado pelo tempo de apuração e produção, o jornalismo transforma experiências complexas da realidade em relatos de fácil e rápida significação realizando cortes (*frames*) e retecendo-os num conjunto coerente. Os enquadramentos ajudam a compor quadros explicativos que organizam esses recortes arbitrários da sociedade feitos do desenrolar de fatos e participam do jornalismo ao recompor a narrativa.

Veja (Fig. 1) e Época (Fig. 2) mostraram enquadramentos diferentes, a primeira focalizando conseqüências e a segunda, causas. Isso pode ser decorrente das propostas editoriais de cada publicação, que acarretariam escolhas de aspectos díspares de um mesmo acontecimento em função da concepção dos valores-notícias, das rotinas organizacionais e dos demais fatores que implicam o que é e como deve ser publicada a notícia para cada empresa jornalística.

O apelo imagético de ambas se diferencia na medida em que *Época* utiliza foto panorâmica da cidade de Itajaí inundada. Esta fotografia mantém certo afastamento do cotidiano do leitor, em função da valorização das perdas materiais, comparada à capa de *Veja*, que traz a foto de uma criança, a primeira vítima encontrada no desastre, imagem de alto impacto emotivo.



Figura 1 – Capa de *Veja* em 3/12/2008
FONTE – REVISTA VEJA, EDIÇÃO 2089.



Figura 2 – Capa de *Época* em 01/12/2008
 FONTE – REVISTA *ÉPOCA*, Nº 550.

88

Quanto às titulações, *Veja* apresentou a manchete “A primeira vítima”, seguida da frase: “Luana Eger, de 3 anos, foi a primeira dos mais de 100 mortos, pelo dilúvio que desabrigou quase 80.000 e impactou 1,5 milhão de pessoas em um dos estados mais ricos do Brasil.” Esta primeira apresentação captou a atenção pela visibilidade à morte de uma criança, a primeira vítima do acidente encontrada. Sob um segundo olhar, percebe-se a ênfase também a números. Foram usadas referências à quantidade de mortos, desabrigados e impactados com o dilúvio, além de fazer menção ao nível econômico do estado. *Época* investiu na abordagem voltada à investigação das causas das enchentes. Em sua capa destaca a pergunta: “É possível evitar tragédias como esta?”, em tom reflexivo. Essa última observação se confirma pela linha que segue à manchete, em que se lê “Lições para o Brasil.”

Embora as capas apresentem encaminhamentos diferentes, entre as matérias internas das revistas há diversas semelhanças de abordagem. Tal similitude pode ser compreendida em virtude de as duas publicações concorrerem pela audiência de um mesmo público – aquele interessado em matérias mais extensas, que expliquem os fatos ocorridos durante a semana. Uma parcela de homogeneização de conteúdo e forma é esperada, já que boa parte dos acontecimentos-alvos de ambas as revistas serão os mesmos. E, ainda que cada jornalista construa sua versão particular do fato real, às vezes as fontes, as agências de fotografia e demais referências que permitem a estruturação da “estória” são as mesmas.

Primeiramente, ambas as reportagens iniciam com duas páginas dedicadas a grandes fotos. *Veja* inicia matéria com uma foto de resgate (Fig. 5). O título “O horror diante dos olhos” reflete a fotografia em que aparece uma mulher chorando e mordendo os lábios em primeiro plano. O subtítulo é semelhante à capa de *Época* (Fig. 2), porque menciona causas, desesperos e prejuízos do dilúvio. Já *Época* só vai apresentar uma manchete na sexta página da matéria, sendo a mesma da capa. Antes disso, só fotos (Fig. 4) com palavras sínteses seguidas de legendas. Nesse sentido, a outra revista utiliza expressões em vez de palavras (Fig. 3). Acompanhe exemplos de uma mesma foto enfocada de duas formas, que, embora falem de situações diferenciadas (uma em comparação e outra em constatação), são visualmente enquadradas iguais, percebendo-se o engendramento do enquadramento e da repetição.

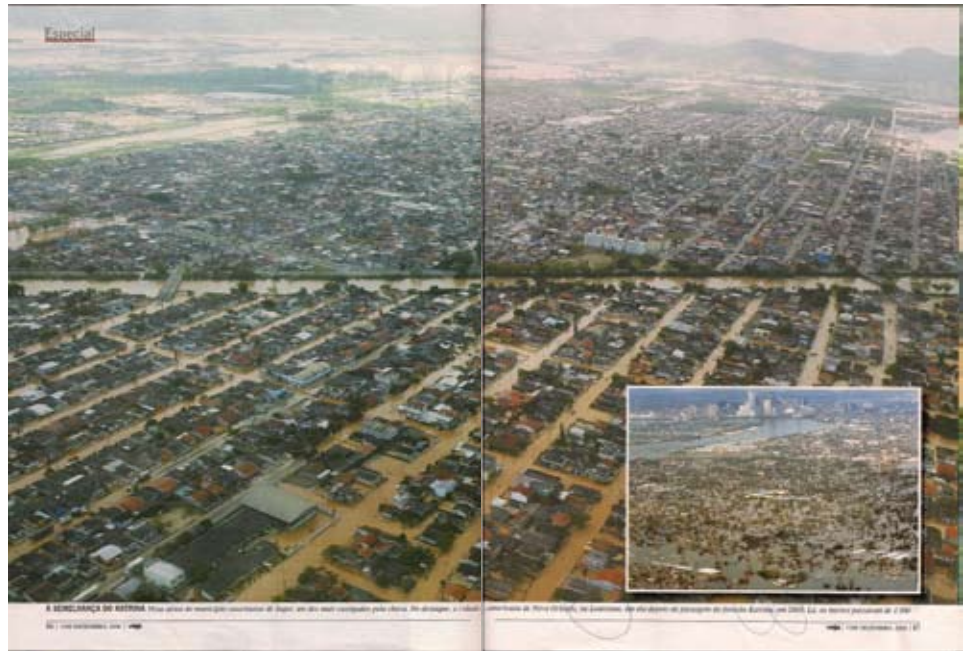


Figura 3⁶ – Páginas 86 e 87 de *Veja*, com fotografia em seqüência à abertura da matéria. Na legenda: “A SEMELHANÇA DO KATRINA Visão aérea do município catarinense de Itajaí, um dos mais castigados pela chuva. No destaque a cidade americana de New Orleans, na Lousiana, um dia depois da passagem do furacão Katrina, em 2005. Lá, os mortos passaram de 1300.”
 FONTE - REVISTA VEJA, EDIÇÃO 2089.

89

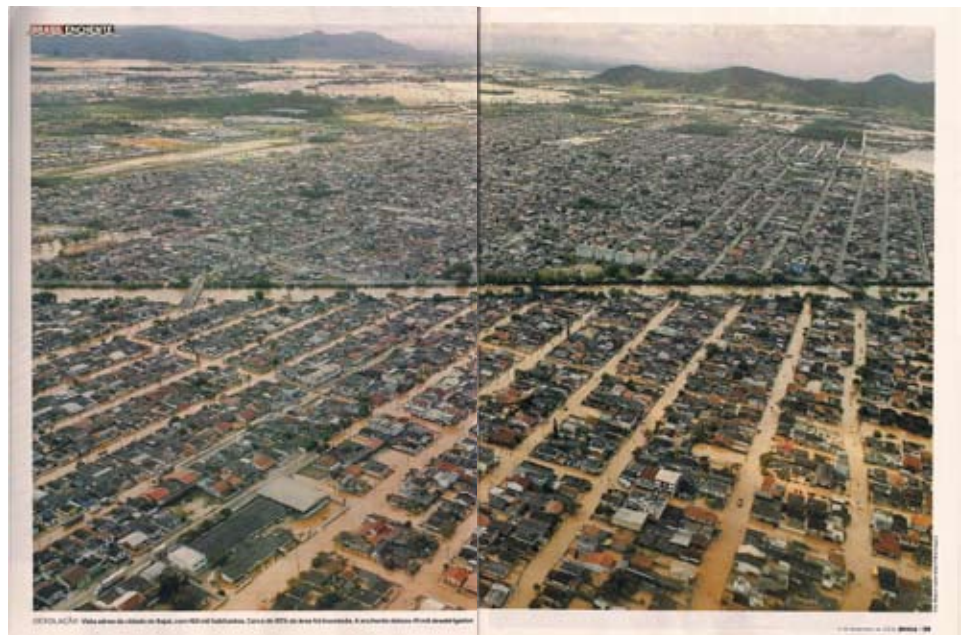


Figura 4 – Páginas 38 e 39 de *Época*. Na Legenda: “DESOLAÇÃO Vista aérea da cidade de Itajaí, com 163 mil habitantes. Cerca de 85% da área foi inundada. A enchente deixou 41 mil desabrigados”.
 FONTE – REVISTA ÉPOCA, N° 550.

Já a repetição de enfoques pode ser observada em outro momento das duas publicações. As páginas subsequentes às de abertura da matéria de *Veja* demonstram um resgate e trazem na legenda “Salvação pelo ar”. Na quarta página de *Época* (Fig. 6), esse mesmo resgate é retratado em uma seqüência de fotos entre outros resgates. Apesar da estrutura diferente, os enquadramentos

do acontecimento se utilizam das mesmas fórmulas. O mesmo tema desencadeia histórias parecidas, tendo o drama (por meio das lágrimas de sofrimento, dos números de vítimas, perdas e mortos) como isca para atrair o leitor.



90

Figura 5 – Páginas 84 e 85 de *Veja*. Subtítulo: “As causas, o desespero e os prejuízos do dilúvio que atingiu o coração de Santa Catarina, um dos estados mais prósperos e desenvolvidos do Brasil.” FONTE – REVISTA VEJA, EDIÇÃO 2089.



Figura 6 – Página 41 de *Época*. Nas legendas: “PERDAS Escombros de uma das casas que desabaram em Luiz Alves. O desabamento matou 5 pessoas”, “DESESPERO Um desabrigado busca comida entre os destroços. Para evitar saques, a polícia decretou toque de recolher em 45 municípios”, “RESGATE: Equipes da Força Aérea e da Polícia Militar Ambiental resgatam um bebê, no município de Ilhota. Uma família do Morro do Baú chora dentro do helicóptero e uma idosa é resgatada pela Defesa Civil. O município registrou o maior número de mortes: 29 foram confirmadas até a sexta-feira. A Defesa Civil Municipal buscava cerca de 90 desaparecidos nos morros. Famílias inteiras foram arrastadas com as casas”. FONTE – REVISTA ÉPOCA, Nº 550.

Entender o acontecimento e explicitar o sucedido foram preocupações que permearam as coberturas das duas revistas. Lembra-se de que os enquadramentos que se repetem constantemente na mesma publicação ou em diferentes revistas, homogeneizando os produtos jornalísticos, revelam o funcionamento da produção e o retorno da recepção ao fixar o entendimento de determinado tema no hábito dos leitores. No caso de *Veja*, foram duas páginas inteiras dedicadas a infográficos, mapas e quadros explicativos e *Época* publicou o dobro com informações relativas aos motivos da tragédia. O amplo espaço dedicado aos recursos não-verbais é exemplo do jornalismo contemporâneo típico das sociedades fragmentadas atuais. A estética da repetição não é percebida só na ênfase dada às figuras que “costuravam” a reportagem, mas também na abundância de fotografias que expunham o incidente.

É interessante notar que, mesmo as revistas apresentando organizações visuais de maneira similar, a abordagem informativa guia dos textos é diferenciada. Enquanto *Veja* destina-se a exemplificar onde se deu o desastre, quais fatores que causaram a enchente e como se faz para medir o volume da chuva, por exemplo, *Época* já se deteve em infográficos que lembrassem o impacto do desmatamento e o que poderia ser feito para reduzir as enchentes. Seguem exemplos:

91



Figura 7 – Gráfico explicativo da catástrofe em SC
 FONTE – REVISTA VEJA, EDIÇÃO 2089, p. 92



Figura 8 – Gráfico explicativo da catástrofe em SC
 FONTE – REVISTA ÉPOCA, Nº 550, p. 48

Em relação às palavras sínteses de *Época* e às expressões de *Veja*, a primeira revista utiliza palavras fortes como desolação, perdas, desespero e ruínas,

encaminhando um entendimento bem direto baseado na denotação. Já *Veja*, em suas expressões, utiliza recursos conotativos para ilustrar episódios da enchente. A referencialidade do real é transposta para uma linguagem que mescla aspectos de um outro lugar diferente do acontecimento (buscando metaforização). Seguem alguns casos: “À semelhança do Katrina”, “Arca de Noé”, “Uma ilha de corpos” e “Fila de túmulos.” Tais estruturas demonstram enquadramentos diferentes na abordagem (uma se apóia na denotação e outra na conotação), entretanto, a estética da repetição acontece na medida em que são constantes os destaques voltados para aspectos que sejam trágicos. O valor-notícia da dramaticidade permeia toda a construção dos fatos jornalísticos e é soberano na seleção dos aspectos a serem priorizados nesse caso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A compreensão que os relatos jornalísticos não são retratos fiéis dos acontecimentos e sim, segundo a Teoria Construcionista, construções simbólicas baseadas em referências ao fato real, permite que o estudo de enquadramentos seja mais bem desenvolvido. Averiguar os pontos comuns de abordagem de *Veja* e *Época* – tanto quando se refere à forma, quanto ao conteúdo – faz com que se abra a discussão de todo processo de seleção da notícia e, conseqüentemente, evidencie seus critérios prioritários na cobertura jornalística de uma grande catástrofe.

A tragédia ocorrida em Santa Catarina configurou um acontecimento ímpar pela sua imprevisibilidade e pelas grandes perdas tanto materiais quanto pessoais, chocando todo um país. Por isso, constituiu algo passível de uma ampla cobertura especial nas revistas *Época* e *Veja*. Vários valores de noticiabilidade (como grande número de vítimas, inediticidade, drama) se uniram em um único evento, trazendo fotos que, pela forte natureza visual da própria tragédia, tornaram-se o maior atrativo das coberturas. As revistas possuem enquadramentos diferentes de abordagem no que tange à linha condutora de narração dos fatos. *Veja* realiza uma cobertura de análise do drama ao focar as perdas e as conseqüências da enchente. Já *Época*, mesmo que trate desses pontos, dá ênfase a ações para evitar próximos desastres como o ocorrido ao voltar-se mais para causas e possíveis soluções.

A estética da repetição é ativada pelo jornalismo dentro dos enquadramentos sob outro ângulo e é encontrada nas duas revistas. Percebe-se que as mesmas estratégias de captação do leitor e de tentativa de formar uma idéia sobre o acontecimento real são utilizadas pelas revistas. Isso é demonstrado pela valoração das fotografias que enfatizam as perdas, os resgates e a sujeira. Também pela busca de se explicar através de infográficos e mapas o que de fato ocorreu e pelas palavras e expressões sínteses, que de uma maneira geral direcionam o olhar do leitor para o entendimento que a revista faz do acontecimento. Essas observações ratificam a necessidade que as revistas têm de se

comunicar usando certas padronizações e uma linguagem similar e preconcebida a fim de manter seus variados públicos.

A repetição reforça determinados valores simbólicos, fidelizando seu público e, ao mesmo tempo, cumprindo com as expectativas de mercado (é através dele que a mídia se sustenta) e de informação. Proporcionando familiaridade da estética com algumas variações e pinceladas de novidade, ambas as publicações estruturam seus enquadramentos particulares a partir de fórmulas já sabidas (como apelos visuais e narrativa dramática) e de fragmentos de uma realidade que representem um todo (vocábulos e expressões que, destacados, regem a leitura do público). A partir do já conhecido, refazem-se estratégias para enfrentar a velocidade frenética dos nossos dias, simplificar a complexidade dos acontecimentos e, assim, colaborar para a manutenção do social simbólico.

NOTAS

¹ Acontecimento é tido aqui como a concepção clássica dada por Adriano Rodrigues (1988): tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história e na multiplicidade aleatória de fatos virtuais. Nesse artigo, o foco se dará nas enchentes que abalaram o estado de Santa Catarina em novembro de 2008.

² Estrutura primária é vista como a *tradução/interpretação de um aspecto da realidade que seria, tirando isso, sem sentido dentro de uma cena que é significativa* (GOFFMAN, 1974, p. 21).

³ É importante dizer que antes da Teoria Construcionista outras teorias avançaram sobre a idéia de que as notícias refletiam a verdade, como as teorias do *gatekeeper*, organizacional, da ação política e estruturalista. Não haverá detalhamento sobre elas devido a ser outro o objetivo central deste trabalho. Para compreendê-las, ver Traquina (2005), Tuchman (1971).

⁴ Valor-notícia aqui visto conforme as teorizações de Mauro Wolf (2008) que, embora não seja aprofundado nesta ocasião, é um dos critérios envolvidos na noticiabilidade. O conceito está ligado aos elementos que tornam um evento notícia, tais como: frequência, amplitude, clareza, significância, consonância, inesperado ou raro, continuidade e composição.

⁵ Os meta-acontecimentos nesse caso se referem ao jornalismo que, ao dizer sobre coisas previamente existentes, produz um outro estado de coisas pelo recurso da notabilidade.

⁶ A sensação de descaixe nas fotos ocupando duas páginas se deve à impossibilidade de scannear as páginas juntas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, 1989.
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.
- BERGER, Christa. *Campos em confronto: a terra e o texto*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2003.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. *A construção social da realidade*. Petrópolis: Vozes, 2008.
- CALABRESE, Omar. *A idade neobarroca*. Lisboa: Edições 70, 1987.
- GOFFMAN, Erving. *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. London: Harper and Row, 1974.
- HACKETT, Robert. “Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objetividade nos estudos dos media noticiosos.” In: TRAQUINA, Nelson (Org). *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- LIPOVETSKY, Giles. “Deve-se culpar a mídia?” In: *Metamorfoses na cultura: ética, mídia e empresa*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- PORTO, Mauro. “Enquadramentos da mídia e da política.” Trabalho apresentado na XXVI Anpocs, 2002.
- PORTO, Mauro. *Televisão e política: a Rede Globo e as interpretações da audiência*. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. “O acontecimento.” In: *Revista de Comunicação e Linguagens*. Vol. 8, 1988.
- SILVA, Marconi Oliveira da. *Imagem e verdade: jornalismo, linguagem e realidade*. São Paulo: Annablume, 2006.
- TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2005.
- TUCHMAN, Gaye. “A objetividade como um ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas.” In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993.
- WOLF, Mauro. *Teorias da comunicação*. Lisboa: Presença, 2008.