

A construção da notícia sobre a morte de Eduardo Campos em jornais piauienses

Construction of the news about the death of Eduardo Campos in Piauí newspapers

Mayara Sousa FERREIRA¹

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a reprodução do acontecimento da morte do presidente Eduardo Campos, enquanto notícia, nos jornais piauienses Diário do Povo e O Dia, durante os quatro primeiros dias após o episódio, considerando os diferentes posicionamentos políticos e linhas editoriais desses veículos midiáticos. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de análise documental, onde utilizamos a análise de conteúdo como metodologia. Para atingir o objetivo proposto, discutimos, inicialmente, a respeito de acontecimento e construção da notícia. Posteriormente, analisamos as matérias veiculadas sobre a repercussão desse acontecimento específico, tensionando os resultados encontrados nos diferentes veículos.

Palavras-chave: Acontecimento. Construção da notícia. Morte de Eduardo Campos. Notícia.

Abstract

This work aims to analyze playing the event of the death of presidential candidate Eduardo Campos, while news in Piauí newspaper People's Daily and The Day, during the first four days after the episode, considering the different political positions and editorial lines of these media vehicles. It is a descriptive research, document analysis, which used the content analysis as a methodology. To achieve this purpose, we discussed initially on event and building news. Subsequently, we analyze the articles published about the impact of this particular event, tensing the results found in different vehicles.

Key-works: Event. Construction news. Death of Eduardo Campos. News.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí - UFPI. Pesquisadora no Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação - NUJOC. E-mail: ferreiramayara02@gmail.com

Introdução

O campo jornalístico é tratado como fundamental na construção da realidade social. Sua importância advém da legitimidade que lhe é atribuída em selecionar acontecimentos e noticiá-los. Conseqüentemente, o jornalismo chega a pautar conversas frequentemente. É por isso que Alsina (2009) destaca que as pessoas que querem saber o que está acontecendo no mundo leem, diariamente, jornais e portais, escutam ou assistem, rotineiramente, o rádio e a TV.

Muitos acontecimentos sucedem a todo momento em todo o mundo, mas são os meios de comunicação que selecionam aqueles que serão veiculados, conhecidos e que poderão se tornar assuntos de conversas. No entanto, a política e linha editorial interferem no processo de construção da notícia. Até mesmo as regras que ditam o trabalho do jornalista interferem na produção do acontecimento jornalístico.

A discussão que permeia os campos do acontecimento e da notícia é relevante. Sendo assim, iniciamos esse trabalho debatendo a respeito do produto consumido pela sociedade instantaneamente: as notícias, partindo da matéria-prima que as antecede, o acontecimento e da relação entre um e outro.

Asseguramos que é na construção da notícia que o jornalismo dá uma dimensão notável ao acontecimento. Daí a importância de investigar as produções noticiosas sobre acontecimentos marcantes. Nesse trabalho vamos investigar a construção da notícia em jornais piauienses sobre a morte de Eduardo Campos. Portanto, nosso objetivo é analisar como o acontecimento da morte do presidente Eduardo Campos foi reproduzido enquanto notícia pelos jornais *O Dia* e *Diário do Povo* durante os quatro primeiros dias após o episódio. O motivo da escolha desses impressos se deu porque os dois disponibilizam (posteriormente à veiculação impressa) as edições online para acesso livre e gratuito.

A partir do exposto, levantamos as seguintes questões norteadoras: Como esse mesmo acontecimento foi visto e reproduzido por cada veículo de comunicação? De que forma a morte de Eduardo Campos foi trabalhada enquanto acontecimento jornalístico? Quais as semelhanças e divergências verificadas nas abordagens?

Para atingir os objetivos, desenvolvemos uma pesquisa descritiva e utilizamos a análise de conteúdo como metodologia, mas enfatizamos apenas os aspectos qualitativos, pois a análise de conteúdo esclarece características, extrai significações, interpreta mensagens, através de dados que vão além da leitura comum (BARDIN, 1977).

Acontecimento e notícia

Diariamente, os veículos midiáticos impressos e digitais nos fornecem informações sobre assuntos diversificados. Sendo assim, as pessoas que querem se informar sobre o que está acontecendo no planeta utilizam-se dos meios de comunicação para consumir um produto chamado notícia. É através da mídia que as sociedades acompanham o que acontece ao redor, perto ou longe. Por sua vez, as instituições jornalísticas contribuem para a compreensão do mundo, com o papel de selecionar os acontecimentos noticiosos, aqueles que serão conhecidos e centrais na construção social da realidade.

Partindo da ideia de que a sociedade atual tem necessidade de se manter informada, Gomis (1991, p. 16) ressalta a importância dos meios de comunicação enquanto mediadores da realidade global. São eles que pautam muitas conversas que ocorrem entre as pessoas no dia-a-dia e é desse modo que contribuem com a construção do presente social, conforme teoriza esse autor. Se não fossem as instituições jornalísticas, tal presente social se limitaria à vizinhança, aos acontecimentos vivenciados no entorno de cada indivíduo..

A conversa é o fator unificador da ação dos meios e os comentários funcionam como um filme que revela a influência das notícias. Nas conversas se descobrem as dimensões e o perfil do presente social de referência que os diversos meios contribuem para formar. O público está acostumado, no mundo de hoje, a entrar em contato habitual com o presente social de referência que lhe oferecem os meios. Sente que isso é, para ele, uma necessidade e um rito social (GOMIS, 1991, p. 24-25. (Tradução nossa)²

² La consersación es el factor unificador de la acción de los medios y los comentarios funcionan como la película que revela la influencia de las noticias. En la conversación se descubren las dimensiones y el perfil del presente social de referencia que los diversos medios contribuyen a formar. El público está acostumbrado en el mundo de hoy a entrar en contacto habitual con el presente social de referencia que le

Nessa perspectiva, são os meios de comunicação que selecionam, conforme critérios, entre tantos acontecimentos, os que se tornarão conhecidos e que poderão ser assuntos comentados pelos grupos sociais. Contudo, o presente social construído pelos veículos midiáticos não é exatamente um reflexo da realidade, isso porque os meios de comunicação tomam decisões, seguem uma política, uma linha editorial que interferem e influenciam na maneira de escolher as pautas, de construir as notícias e, portanto, de elaborar essa realidade social conforme as demandas do tempo e espaço.

É preciso perceber o modo de produção das notícias para entender porque elas são como são e o que significam. E dentro do processo de construção da notícia, faz-se necessário compreender, previamente, sobre acontecimento, pois este antecede aquela. Conforme Queré (2011), para um acontecimento ganhar dimensão pública, tem que passar por uma arena pública, e é nesse espaço que se concentra o poder dos meios de comunicação. É na recepção que o acontecimento ganha experiência pública. Para esse autor, o acontecimento nunca ocorre isolado do contexto onde ele aparece.

Baseada na reflexão de Louis Queré acerca da natureza do acontecimento e de seu poder hermenêutico capaz de restabelecer passados e criar futuros, Lança (2005) ressalta o caráter descritivo, e é essa característica que identifica um acontecimento a partir da sua nomeação e individualização em relação aos demais por meio de um processo linguístico. Desse modo, a autora ressalta que, entre causas e efeitos, o mais importante em um acontecimento é o estudo das consequências, pois elas o caracterizam bem mais que suas causas e são determinantes para sua compreensão e para o valor que lhe atribuem.

O acontecimento tem caráter de novidade e, por isso mesmo, irrompe a descontinuidade, não obstante à existência de possibilidades para sua ocorrência. "A perspectiva inédita aberta pelo acontecimento ilumina o passado sob uma outra luz, ao mesmo tempo que é o futuro que ele abre que lhe confere sentido. Ora, o futuro do acontecimento liga-se às suas consequências" (LANÇA, 2005, p. 88).

De acordo com Santos (2005), o acontecimento é contemporâneo ao sujeito que o vivencia ou testemunha. Quando o acesso ocorre só depois, já não mais se constitui acontecimento, mas fato. Assim, os aspectos temporais o caracterizam e o diferenciam.

oferecen los medios. Siente que eso es para él una necesidad y un rito social y echa de menos el servicio le falta.

Santos trabalha com a ideia de acontecimento experienciado por uma coletividade, portanto, requer vivência e contemporaneidade. É por isso que se diz que o acontecimento é de ordem jornalística, enquanto o fato é de ordem histórica. Entretanto, ressaltamos que um acontecimento só é jornalístico, quando ele é apreendido pelo discurso jornalístico, ou seja, quando passa pelos critérios de noticiabilidade antes de ser veiculado e visibilizado em forma de notícia.

O fato é que a produção da notícia começa com o acontecimento. Segundo Alsina (2009, p. 132-133), a principal caracterização de acontecimento e notícia se refere a dois aspectos distintos de que o primeiro diz respeito à percepção do sistema, enquanto o segundo é de geração do sistema. Mas a passagem do acontecimento para a notícia não é um processo tão simplificado, pois a notícia é considerada uma construção social da realidade. "O que é notícia para um sistema pode ser acontecimento para outro". É a cultura de uma sociedade quem ajuda a determinar o que, entre tantos acontecimentos, merece ganhar visibilidade e ser conhecido. O acontecimento está dentro de um sistema e é esse sistema quem caracteriza e classifica determinados fenômenos como acontecimento jornalístico ou não.

Assim, Alsina (2009) propõe elementos que são essenciais para o acontecimento, quais sejam: a variação do ecossistema; a comunicabilidade do fato; a implicação dos sujeitos. O primeiro elemento se refere à variação da cultura como determinante para definir o acontecimento, conforme apontamos. A comunicabilidade do fato é característica para a construção da notícia, pois o acontecimento precisa ser percebido para se caracterizar como jornalístico, se não for conhecido, não será jornalístico. Por fim, o terceiro elemento se refere à implicação do sujeito, ou seja, o grau de envolvimento da sociedade para a qual o veículo de comunicação se volta é categórico para valorizar um acontecimento como notícia. Logo, reiteramos que a construção da notícia depende de muitos fatores que podem ser internos e externos à própria notícia.

O trabalho jornalístico é cheio de regras que determinam quais são os acontecimentos que se tornarão notícias. São essas regras que fazem com que as coberturas sejam semelhantes, assim como os textos publicados. A verdade é que os jornalistas não têm autonomia na escolha, tampouco na escrita das matérias. Com Alsina (2009), precisamos dizer que as rotinas de informação contribuem para a

definição das notícias e da maneira como o profissional deve trabalhá-la no processo de seleção dos acontecimentos, preparação e hierarquização das notícias sobre eles, bem como na sua valorização e interpretação. Para esse autor,

Notícia é uma representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível". Ela "é gerada numa instituição informativa que pressupõe uma complexa organização. Mas, além disso, o papel da mídia é institucionalizado e tem a legitimidade de gerar a realidade socialmente relevante (ALSINA, (2009, p. 14).

Vale observar que as informações passadas pelos meios de comunicação são incompletas, pois não dão conta de toda a realidade. A notícia enquadra um acontecimento entre tantos e possibilita que ele seja visto e conhecido, ou seja, de um conjunto de acontecimentos, o discurso jornalístico captura alguns a partir de determinados critérios e os transforma em notícia. Por isso, "é necessário sobrecarregar o 'eis aqui o que você deve ver ou saber' de um 'existe algo que você não saberá'. Parece-nos que toda e qualquer informação engendra o desconhecido, no mesmo movimento pelo qual informa" (MOUILLAUD, 1997, p. 39).

É justamente por não dar visibilidade a tudo que esse Mouillaud (1997) ressalta que o enquadramento da informação passa por questões de poder e dever jornalísticos. Assim, aparece uma tensão sobre a visibilidade e esta se manifesta na estrutura de cada jornal. Mouillaud afirma que a informação produz o acontecimento de acordo com determinados interesses. Ele, na verdade, é montado e veiculado como informação, como notícia. Isso acontece com base em interesses sociais e políticos, que são baseados em acordos implícitos e explícitos. Ressaltamos que essa transformação do acontecimento, ou melhor, essa produção do acontecimento se dá quando ele é convertido em notícia, em informação.

À discussão sobre a notícia e a produção de sentidos sobre o acontecimento no jornalismo, Marcondes Filho (2009) acrescenta uma visão mais mercadológica, colocando-o enquanto empresa capitalista. Para ele, a notícia é transformada em mercadoria dentro de uma lógica de mercado e dentro do sistema capitalista, por isso é que ela tem apelos emocionais e estéticos. Segundo o autor, o jornal é produzido para a venda, por isso é que o veículo é uma empresa capitalista. Ele diz que toda mercadoria vem como uma ideologia, e a notícia, enquanto mercadoria também tem a sua. A

sobrevivência econômica de um jornal, portal, rádio ou TV é determinante na forma de trabalhar a notícia. A empresa jornalística vende a notícia para o público e o público para o anunciante; são dois mercados que, ao mesmo tempo, não passam de um só, portanto, existe uma dupla relação entre um e outro, eles se entrelaçam.

Por desse caráter mercadológico, "hoje, informar é essencialmente 'fazer assistir a um acontecimento". A afirmação de Ramonet (1999, p. 60) faz referência às transformações pelas quais passou o jornalismo nos últimos anos. Ele concorda que a informação se tornou mercadoria à venda, sujeita às regras mercadológicas ao invés de sujeitar-se às leis cívicas e éticas. Os jornalistas têm (ou tinham) a responsabilidade de contribuir para a formação dos cidadãos por meio da informação. É dessa eficácia cívica de que o autor trata e com a qual concordamos.

Mesmo sendo comum certa homogeneidade em relação aos acontecimentos noticiados pelos meios de comunicação, é comum encontrar pontos divergentes na cobertura e reprodução de um mesmo assunto. Isso ocorre conforme a variação da linha editorial e da política adotada por cada veículo midiático. Contudo, a ética deve ser prioridade no jornalismo, seja no momento da seleção do acontecimento, seja na produção da notícia. Portanto, a apuração e a investigação devem ser prioridades no ofício para possibilitar a contextualização dos acontecimentos jornalísticos.

É na construção da notícia que o jornalismo dá uma dimensão notável ao acontecimento e contribui para a produção da realidade social. Cabe a nós investigar as produções noticiosas da área sobre acontecimentos marcantes. Escolhemos investigar a construção da notícia sobre a morte de Eduardo Campos, notadamente em jornais piauienses.

A repercussão da morte de Eduardo Campos no Piauí

Em referência ao acontecimento do dia 13 de agosto de 2014, quando em Santos, caiu o avião que vitimou o ex-governador de Pernambuco Eduardo Campos e mais seis integrantes de sua equipe, durante viagem de campanha presidencial, analisamos como os jornais piauienses *O Dia* e *Diário do Povo* noticiaram esse acontecimento. Consideramos apenas as matérias veiculadas nas edições de 14, 15, 16 e 17 de agosto,

os quatro dias após o acidente, totalizando oito exemplares para a análise de cunho comparativo, desconsiderando os artigos e colunas de opinião, bem como os editoriais.

Com base nos objetivos, nossa pesquisa é descritiva, pois descreve características ou estabelecer relações entre determinados fenômenos (GIL, 2008). Quanto à metodologia, utilizamos a análise de conteúdo, explorando os aspectos qualitativos. Segundo Bardin (1977), a análise de conteúdo esclarece características, extrai significações, interpreta mensagens, através de dados que vão além da leitura comum.

Inicialmente, percebemos que esse acontecimento introduziu uma descontinuidade, como discutimos em Lança (2005). Em olhar atento, ele seria imprevisível, mesmo diante das possibilidades de ocorrências de acidentes diante de tantas viagens de avião comuns aos presidentiáveis em época de campanha eleitoral. Dado esse caráter inesperado do acontecimento, o entendimento sobre o que se passava, a identificação das causas foi sendo construída vagarosamente, conforme suas consequências político-eleitorais decorrentes.

Contudo, reiteramos, ainda em Lança (2005), mas também em Queré (2011), que o acontecimento não se limita ao caráter do aparecimento, considerando seu poder hermenêutico. No caso avaliado, o mesmo acontecimento - a morte de Eduardo Campos - gerou uma série de notícias sobre as investigações das causas do acidente, bem como das consequências de sua morte, no caso a sucessão da cabeça da chapa para a corrida presidencial. Os jornais *O Dia* e *Diário do Povo* recorreram ao passado (ao lembrarem momentos em que o presidentiável esteve no Piauí e ao divulgarem o perfil com os principais momentos da trajetória política do candidato), mas também ao futuro (ao fazerem especulações sobre o que o acidente poderia gerar a respeito da disputa pela presidência da República). Isso revela seu caráter hermenêutico conforme a perspectiva de Louis Queré abordada anteriormente.

No jornal *O Dia*, edição de 14 de agosto de 2014, a capa inteira foi tomada pelo assunto. No interior do jornal, duas páginas completas e outra metade foram ocupadas por matérias decorrentes do acontecimento do dia 13 de agosto de 2014. Os assuntos foram: as causas desconhecidas do acidente; o depoimento do amigo da época da faculdade, o hoje prefeito de Teresina, Firmino Filho; o pronunciamento do presidente do PSB (Partido Socialista Brasileiro) no Piauí, Wilson Martins; a ocasião em que

Eduardo recebeu o título de cidadão piauiense; a fala e o posicionamento da candidata a vice-presidente na chapa de Campos, Marina Silva.



Figura 1: Jornal *O Dia*, ano 63, número 17.780, edição de 14 de agosto de 2014, capa

No *Diário do Povo*, a primeira edição veiculada um dia após o acidente que vitimou Campos, também foi permeada de notícias sobre a vida e a morte do candidato. Na capa, a manchete foi estampada com foto da última vinda dele ao Piauí, por ocasião da convenção do PSB em junho de 2014. Mais quatro matérias foram publicadas sobre

os acontecimentos que a morte gerou no Piauí: luto decretado pela Prefeitura Municipal de Teresina e Governo do Piauí; a ida de Firmino Filho e Wilson Martins ao funeral; assim como sobre o prazo que o partido de Eduardo tinha para decidir sobre chapa.



Figura 2: Jornal *Diário do Povo*, ano XXVII, número 10.127, edição de 14 de agosto de 2014, capa

Ambos recorreram a políticos piauienses para regionalizar o acontecimento. Líderes do partido de Eduardo no Piauí lamentaram a morte; o contemporâneo do curso de Economia na Universidade Federal de Pernambuco, Firmino Filho, também lastimou

o acontecido e relembrou a amizade. Nos dois jornais, as notícias ressaltaram o potencial que Eduardo Campos teria para alcançar a presidência da República nesta ou nas próximas eleições; no *Diário do Povo* isso foi ainda mais notável. Esse impresso apresentou-o como um jovem político que queria mudar o país e que, ao contrário da maioria da classe política, ele tinha credencial junto à população nordestina e estava buscando alcançar credibilidade junto aos habitantes de outras regiões do país.

No entanto, encontramos mais pontos similares que divergentes na construção das notícias sobre tal acontecimento nos jornais do Piauí. De modo semelhante *O Dia* e *Diário do Povo* noticiaram a respeito de como se deu a repercussão do acontecimento na imprensa internacional, elencando alguns veículos que o destacaram entre tantas outras notícias, como na matéria do *Diário do Povo*, intitulada *Repercussão na imprensa internacional* que falou do destaque que os meios de comunicação do exterior deram ao acontecimento: a rivalidade de Eduardo à presidente Dilma. No *O Dia*, a matéria sobre o mesmo assunto recebeu o título: *Imprensa internacional destaca morte de Eduardo Campos*.

Assim como essa pauta, a morte do presidenciável que ocupava o terceiro lugar nas intenções de voto, segundo pesquisas, muitas outras notícias foram publicadas de modo equivalente nos dois jornais. Alguns assuntos foram tratados semelhantemente, a exemplo da ida de políticos piauienses ao funeral, o lamento dos líderes e o pronunciamento do presidente do partido de Campos no Piauí.

Essa similaridade é decorrente das regras impostas ao trabalho jornalístico, como discutimos em Alsina (2009). Essas regras não só determinaram o que seria notícia, mas também como o acontecimento seria veiculado. Foi o caso dessas paridades encontradas nos assuntos decorrentes, bem como na maneira da escrita, no espaço destinado, demonstrando que os preceitos jornalísticos ajudaram a ditar como se daria a valorização e interpretação sobre a morte de Eduardo.

Na matéria *Campanha de 2014 já registrou quatro acidentes com políticos*, do dia 15 de agosto de 2014, o jornal *Diário do Povo* fez uma busca para mostrar que outros três deputados se acidentaram desde o início da campanha eleitoral, do dia 6 de julho de 2014 até a data do acidente de Eduardo, 13 de agosto. Uma deputada e um deputado do Maranhão sofreram acidentes de carro e saíram com ferimentos leves; no Espírito Santo, um deputado se acidentou e, até o fechamento da matéria, estava

internado em estado grave. A notícia trouxe a fala da deputada sobre a diminuição do ritmo da campanha por medo; destacou o perigo e do imperativo de percorrer tantos municípios em três meses de campanha política.

DIÁRIO do Povo do Piauí Teresina - PI, Sexta-feira, 15 de agosto de 2014

Campanha de 2014 já registrou quatro acidentes com políticos

Em pouco mais de um mês de campanha eleitoral de 2014, quatro políticos já sofreram acidentes durante seus compromissos eleitorais conforme mapeamento do iG. Além do ex-governador de Pernambuco, Eduardo Campos, que morreu após a queda de uma aeronave, três deputados estaduais já se acidentaram desde o dia 6 de julho, quando começou oficialmente a corrida eleitoral de 2014. Um deles continua internado em estado grave. Esse ano, também teve o registro de um acidente com um deputado federal durante as convenções partidárias de junho.

Campos morreu na última quarta-feira (13), aos 49 anos, na queda de uma aeronave Cessna 560 XL em Santos, no litoral de São Paulo. Ele estava com quatro assessores. O voo que levava Campos saiu do Aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro e se dirigia para Santos onde ele participaria de eventos de campanha. Além de Campos, sofreram acidentes nessa campanha de 2014 os deputados estaduais Eliziane Gama (PPS-MA), Rubens Pereira

Júnior (PCdoB-MA) e Glauber Coelho (PSB-ES). Esses sofreram acidentes de carro. Gama e Rubens Júnior tentam uma vaga na Câmara Federal em 2014. Coelho tenta a reeleição.

O acidente com Eduardo Campos aumentou a tensão das campanhas principalmente pelo grande número de compromissos na agenda dos candidatos. Campos, por exemplo, percorreu cinco estados na última semana, tendo agenda de campanha em São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Bahia e Paraíba. Ele percorreu cerca de 20 mil quilômetros durante uma única semana.

Em 26 de julho, a deputada estadual Eliziane Gama sofreu um acidente de carro na região central do Maranhão quando estava com o motorista e mais três pessoas. No dia seguinte, ainda no Maranhão, Rubens Júnior, também se envolveu em um acidente, quando o veículo em que ele estava se chocou de frente com outro na BR-316, perto da cidade de Caxias, nas proximidades da divisa do Maranhão com o Piauí. Tanto

Rubens Júnior, quanto Gama tiveram ferimentos leves.

No Espírito Santo, Glauber Coelho, sofreu um acidente no último domingo na zona rural da cidade de Cachoeira de Itapemirim, no Sul do Estado. Coelho foi internado em estado grave no Hospital Evangélico da cidade. Ele está internado no Centro de Tratamento Intensivo (CTI) do hospital e suas funções vitais (pressão arterial e frequência cardíaca) estão estáveis mas seu quadro ainda é considerado grave. Ainda segundo o hospital, o parlamentar passou por uma traqueostomia e continua sedado.

A deputada Eliziane Gama afirmou que depois do acidente preferiu reduzir a agenda de campanha, apesar de ser uma fase em que ela deveria intensificar os compromissos no Estado. "Ficamos com medo. No nosso caso, temos 217 municípios para percorrer em pouco mais de dois meses. É humanamente impossível. Para conseguir, temos que viajar com dois motoristas e mesmo assim corremos o risco de passar por acidentes", analisou a parlamentar.

Figura 3: Jornal *Diário do Povo*, ano XXVII, número 10.128, edição de 15 de agosto de 2014, Caderno Cidades, editoria Geral, página 13

Por outro lado, o *O Dia* veiculou análise sobre a possível candidatura de Marina como sucessora de Eduardo na chapa para presidente. A matéria *Comoção nacional poderá potencializar candidatura de Marina*, apresentada na edição de 15 de agosto de 2014 em local de destaque na editoria de política do caderno principal, trouxe uma avaliação feita por um cientista político. A especulação é de que ela poderia obter mais votos que Campos teria, caso ela saísse candidata à presidente por causa da comoção da sociedade brasileira. A notícia relembrou um acontecimento semelhante ocorrido no Piauí em 1958, quando os candidatos a governador e senador morreram em um acidente

a um mês da eleição. Os substitutos foram eleitos com muitos votos adquiridos pela alvoroço e comoção causada pela tragédia.

ODIA
Terreina, sexta, 15 de Agosto de 2014

Política Página 3

Análise



Marina Silva com Eduardo Campos: situação que aconteceu no Piauí na década de 50 pode se repetir na eleição nacional agora, acredita o cientista político Ricardo Arraes, da UFPB

Comoção nacional poderá potencializar votação de Marina Silva

A candidata a vice-presidente do PSB tem grandes chances de capitalizar mais votos dos eleitores, comovidos pela morte de Eduardo Campos

Robert Pedrosa
Editor

eleições 2014

O cientista político Ricardo Arraes avalia que a candidata a vice-presidente da República do PSB, Marina Silva, poderá capitalizar votos devido à comoção nacional com a morte do candidato de seu partido, Eduardo Campos, na última quarta-feira (13). Caso Marina assuma a candidatura (à cabeça de chapa, as chances de ela ter mais votos que Campos são maiores. Essa transferência de votos por conta de uma tragédia não é algo inédito na política. Em 1956, na eleição para governador do Piauí, o governador Chagas Rodrigues e o senador Joaquim Parente foram eleitos após substituírem (respectivamente) os candidatos a governador Demerval Lobão e a senador Marcos Parentes, que morreram no dia 4 de setembro daquele ano, apenas um mês antes das eleições. "É de conhecimento público que os candidatos eleitos tiveram mais votos após a comoção dos eleitores com a tragédia. Tal fato pode se repetir agora com Marina", analisa Ricardo, professor da Universidade Federal do Piauí. Sobre as divergências ideológicas entre Marina e Eduardo Campos, o cientista político não vê problemas, pois Campos fazia questão de divulgar que eles tinham muito mais pontos em comum do que divergências. "O fato deles pensarem diferentes em alguns aspectos não impediu a coligação", afirma o professor. Por fim, o fato de Marina ter tido uma grande quantidade de votos nas eleições de 2010 (cerca de 20 milhões), sendo a terceira colocada na disputa, além de ter uma história de vida sofrida faz ela ter mais chances de angariar novos eleitores. Sobre quem mais perderia com a chegada de Marina - se a presidente Dilma Rousseff (PT) ou o candidato Aécio Neves (PSDB), Arraes reconhece que é muito cedo para avaliar. "É preciso saber como o eleitor vai se comportar", conclui.

Figura 4: Jornal *O Dia*, ano 63, número 17.781, edição de 15 de agosto de 2014,

Caderno principal, editoria Política, página 3

O significado da morte de Campos foi sendo delineado já nos primeiros momentos após o acontecimento nos dois jornais, que não só descreveram-no, mas delinearam (às vezes até com especulações) sobre os efeitos da tragédia. Assim, os jornais ajudaram a determinar o sentido sobre o modo como a tragédia poderia interferir na vida dos brasileiros. O ponto-chave da cobertura nos dois jornais avaliados foi a regionalização, aproximando o episódio de cada leitor piauiense.

Considerações finais

Enfatizamos que a importância dos meios de comunicação é de que eles acrescentam elementos nas conversas entre as pessoas. Antes deles, os comentários se

restringiam ao que era vivenciado diretamente, mas que hoje podem abranger um ambiente mais amplo, indo além do que é presenciado diretamente. Assim, os meios de comunicação se tornaram pontos centrais nas sociedades atuais por serem referência para as populações sobre as quais atuam.

O acontecimento é comunicacional no jornalismo, portanto, a produção do acontecimento deve ser ponderada e reflexiva. Nos casos avaliados, ao regionalizar o acontecimento da morte de Eduardo Campos com pronunciamentos de líderes políticos piauienses que tiveram alguma ligação com o presidencial, os jornais piauienses *O Dia* e *Diário do Povo* acrescentaram elementos às conversas cotidianas dos moradores do Estado. Notadamente, a tragédia chocou o Brasil e o mundo, mas no Nordeste, ainda mais. Pela proximidade entre Piauí e Pernambuco e pela ligação que os governantes Wilson Martins e Eduardo estabeleceram durante seus governos (2010-2014), foi importante a postura dos impressos ao relembrar momentos de Campos no Piauí e ao identificar modos de aproximar o leitor piauiense ao acontecimento. Por isso é que a ação da mídia local sobre esse acontecimento se ampliou.

Os meios de comunicação têm papel central na sociedade e ajudam a educar o leitor sobre o que consumir, mas a sobrevivência do jornal é quem mais determina a forma de trabalhar a notícia para o público e o público para o anunciante. São dois mercados que não passam de um só, portanto, existe uma dupla relação entre um e outro. Assim, a notícia é naturalmente uma mercadoria, a sua venda ou não, não é o que vai caracterizá-la como tal. A partir dessa análise, destacamos a responsabilidade social do jornalismo. As leis cívicas e éticas devem prevalecer diante das notórias leis mercadológicas.

Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Tradução Jacob A. Pierce. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luiz Antero e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**: cómo se forma el presente. Barcelona: Paidós, 1991.

LANÇA, Isabel Babo. A constituição do sentido do acontecimento na experiência pública. **Trajectos - revista de comunicação, cultura e educação**. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, n. 6, primavera/outono, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista**: a língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009.

MOUILLAUD, Maurice. **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997.

QUERÉ, Louis. Acontecimento e experiência pública. Tradução Isabel Babo Lança. **Caleidoscópio** - revista de comunicação e cultura. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, n. 10, jun 2011. Disponível em: <<http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/3703/2484> >. Acesso em: jan. 2014.

RAMONET, Ignacio. Ser jornalista hoje. In: _____, **A tirania da comunicação**. Tradução Lúcia Mathilde Endlich Orth. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

SANTOS, José Manuel. Da perca do mundo à sociedade dos (mega)acontecimentos. **Trajectos - revista de comunicação, cultura e educação**. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa, n. 6, primavera/outono, 2005.