

Joana Margarida Rodrigues Lopes Martins Mota

A Morte na Imprensa.
A evolução no tratamento mediático da morte de figuras públicas

Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, ramo de Estudos de Jornalismo,
orientada pelo Prof. Doutor Carlos Camponez, e apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Maio de 2017

· U C ·

UNIVERSIDADE DE COIMBRA

· U C ·

UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Joana Margarida Rodrigues Lopes Martins Mota

A Morte na Imprensa
A evolução no tratamento mediático da morte de figuras públicas

Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, ramo de Estudos de Jornalismo,
orientada pelo Prof. Doutor Carlos Camponez, e apresentada à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

Maio de 2017

À Beatriz.

Agradecimentos

Dizer obrigada é dar um nome a todos os rostos visíveis e invisíveis que ajudaram a escrever esta tese.

Começo por agradecer ao meu orientador, Prof. Doutor Carlos Camponez, por ter orientado este trabalho, mas, essencialmente, por me ter orientado a mim e por tantas vezes me ter feito olhar melhor, pensar melhor e fazer melhor. Obrigada também à Prof. Doutora Maria João Silveirinha, que me acompanhou na fase inicial deste trabalho.

Agradeço a todos meus amigos. Obrigada Teresa, Filipe, Daniela, Cocas, Sandrinha, Carina e Mariana. Obrigada aos meus colegas, em especial aos meus chefes, João Campos e Teresa Barros.

Agradeço também à minha família, sobretudo aos meus tios Tó e Adélia, ao meu primo João, aos meus avós paternos, à Ana e Diana, aos meus sogros e aos meus cunhados. Deixo ainda aqui expresso o meu muito obrigado aos meus queridos avós, Alzira e Zé, cuja memória levarei sempre comigo e cujo amor inesgotável nunca esquecerei.

Obrigada aos meus pais, porque criaram as condições para que eu chegasse até aqui, ensinando-me a ser e dando-me todos os instrumentos para que eu seguisse em frente, mesmo nos momentos de adversidade.

Por último agradeço aos dois pilares da minha vida, que permitiram que eu hoje estivesse aqui, apesar de todos os sacrifícios. Ao meu marido Gonçalo e à minha filha Beatriz, o meu muito obrigado por terem compreendido as minhas ausências e por terem sido o meu suporte nas mais variadas ocasiões.

Resumo

A morte e o seu caráter disruptivo têm sido alvo do interesse de académicos e investigadores, quer na sua vertente antropológica, quer do ponto de vista histórico, sociológico e cultural. O tema assume também grande relevância do ponto de vista das narrativas mediáticas, pelo que o trabalho aqui apresentado partiu da ideia da noticiabilidade da morte e visou aprofundar a cobertura do tema nos meios de comunicação social.

Do ponto de vista da noticiabilidade, a proeminência das personalidades envolvidas no acontecimento é outro dos fatores que pesa na escolha do que pode ou não ser notícia. Assim, aliámos a questão da morte e da notoriedade e propusemo-nos analisar a cobertura da morte de 20 personalidades públicas em três jornais diários portugueses. Escrutinámos, pois, o tratamento mediático que foi feito da morte de António de Oliveira Salazar, Fernando Pascoal das Neves, Francisco Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações, José Afonso, Carlos Paião, Miguel Torga, Beatriz Costa, António de Spínola, Vítor Baptista, Amália Rodrigues, Sophia de Mello Breyner, Álvaro Cunhal, José Megre, Raul Solnado, José Saramago, António Feio, Angélico Vieira e Eusébio da Silva Ferreira.

Primeiramente olhámos a morte enquanto fenómeno, de uma perspetiva multidisciplinar, focando a questão do tabu e dos rituais a ela associados. Seguiu-se uma abordagem da morte do ponto de vista dos meios de comunicação social, atendendo às questões da tabloidização, espetacularização e ligações entre a morte, figuras públicas e meios de comunicação social. Procurámos, pois, aprofundar as diferentes categorias das figuras públicas e a influência que os *media* têm na construção dessas personalidades.

Partimos, depois, para a análise caso a caso, culminando numa série de considerações que vão ao encontro das mudanças e evoluções do setor mediático nos últimos 40 anos e apontam algumas tendências que emergem do tratamento que cada jornal deu a cada um dos casos. A questão da espetacularização da informação e o predomínio da emoção nas narrativas mais atuais foi uma das principais tendências detetadas no âmbito deste estudo. Concomitantemente, conseguimos identificar um paralelo entre a ritualidade presente no trabalho do antropólogo Van Gennep e a forma como os jornais constroem o luto coletivo.

A exposição dos cadáveres nos primeiros casos aqui analisados permitiu-nos um entendimento mais amplo da dualidade entre o tabu e a curiosidade que coexistem nas

atitudes perante a morte. Simultaneamente compreendemos que o ruído pode afetar a noticiabilidade e que, em alguns casos, o acontecimento não é recuperado pelo jornal, mas, em outros casos, a personalidade é retomada aquando das efemérides da sua morte e revalorizada pelo *media*.

A morte enquanto disrupção e alteração no curso da vida é tanto mais mediatizada quanto maior foi o estatuto da personalidade que faleceu. Este estudo aponta não só no sentido da evolução das formas de tratamento dessa disrupção, como também invoca alguns mecanismos identificados nos jornais, concomitantes com a hiperconcorrência e com o fenómeno da pós-verdade.

Abstract

Death and its disruptive feature have been the target of the interest of scholars and researchers, both in their anthropological and historical, sociological and cultural points of view. The subject also assumes great relevance from the angle of the media narratives, reason why the work presented here started from the idea of the newsworthiness of death and aimed to deepen the coverage of the subject in the mass media.

From the point of view of newsworthiness, the prominence of the personalities involved in the event is another factor that weighs in the choice of what may or may not be in the news. Thus, we allied the question of death and notoriety and we proposed to analyze the coverage of the death of 20 public figures in three Portuguese daily newspapers. We have therefore scrutinized the media treatment of the death of António de Oliveira Salazar, Fernando Pascoal das Neves, Francisco Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações, José Afonso, Carlos Paião, Miguel Torga, Beatriz Costa, António de Spínola, Vítor Baptista, Amália Rodrigues, Sophia de Mello Breyner, Álvaro Cunhal, José Megre, Raul Solnado, José Saramago, António Feio, Angélico Vieira and Eusébio da Silva Ferreira.

First we looked at death as a phenomenon, from a multidisciplinary perspective, focusing on the taboo and the rituals associated with it. Then, we approached our subject from the media angle, taking into account the issues of tabloidization, spectacularization and links between death, public figures and the media. We have tried, therefore, to deepen the different categories of public figures and the influence that the media have in the construction of these personalities.

We then proceed to the case-by-case analysis, culminating in a series of considerations that meet the changes and evolutions of the media sector in the last 40 years and point out some trends that emerge from the treatment that each newspaper gave to each of the cases. The issue of the spectacularisation of information and the predominance of emotion in the most current narratives was one of the main trends detected in the scope of this study. At the same time, we can identify a parallel between the rituality present in the work of the anthropologist Van Gennep and the way in which the newspapers construct collective mourning.

The exposure of the corpses in the first cases analyzed here allowed us a broader understanding of the duality between the taboo and the curiosity that coexist in attitudes toward death. At the same time we understand that noise can affect newsworthiness and that, in some cases, the event is not recovered by the newspaper, but in other examples the personality is resumed at the time of death and revalued by the media.

Death as disruption and alteration in the course of life is all the more mediated, the greater the status of the personality that has passed away. This study not only points to the evolution of the forms of treatment of this disruption, but also invokes some mechanisms identified in the newspapers, concomitant with hyper-competition and with the post-truth phenomenon.

Índice

INTRODUÇÃO **1**

1 MORTE, RITUALIDADE E MEMÓRIA **9**

1.1 A HISTÓRIA DAS VIVÊNCIAS DA MORTE 10
1.1.1 A época pré-histórica e as civilizações da Antiguidade *11*
1.1.2 Os modelos da morte desde a Idade Média até à época contemporânea *16*
1.1.3 A Idade Média: rituais e cerimoniais *18*
1.1.4 A morte na modernidade *23*
1.1.5 Das mudanças perante a morte à época contemporânea *25*
1.1.6 Traços distintivos nas sociedades contemporâneas *26*
1.1.7 A importância da imagem *29*
1.2 OS RITOS DA MORTE PELO OLHAR DA ANTROPOLOGIA 31
1.2.1 Ritos de passagem *32*
1.3 RITUALIZAÇÃO DA MORTE: UM PERÍODO DE TRANSIÇÃO 38
1.3.1 As necrópoles como espaços simbólicos *41*
1.4 O LUTO 45
1.5 O FENÓMENO DA MORTE ENTRE A NEGAÇÃO E O TABU 47
1.5.1 Negação ou neutralização? *48*
1.5.2 O cariz obsceno do tabu e a negação na sociedade ocidental *50*
1.5.3 Rituais de luto nos meios de comunicação *54*

2 A LINGUAGEM DOS *MEDIA* E A MORTE **57**

2.1 CELEBRIDADES, ESTRELAS E CULTURA DO ESPETÁCULO 57
2.1.1 Origem das celebridades *61*
2.1.2 Tipologias de celebridades *63*
2.1.3 Celebridades, estrelas e vedetas *65*
2.1.4 A importância das audiências *66*
2.1.5 A ascensão do homem comum *70*
2.1.6 A fama que alimenta a celebridade *72*
2.1.7 As celebridades vistas da perspetiva televisiva *74*
2.1.8 O caso dos reality shows: como os media constroem a celebridade *77*
2.1.9 Celebridade como atividade económica *79*
2.1.10 Herói versus celebridade *81*
2.1.11 Mitos e celebridades *86*
2.1.12 Tipologia dos conceitos da fama *90*
2.2 MEDIATIZAÇÃO DA MORTE 92
2.2.1 Acontecimentos e mediatismo da morte *92*
2.2.2 Famosos em vida e depois de mortos *97*
2.2.3 O público perante a morte mediada *100*
2.2.4 Representações da morte nas notícias *101*
2.2.5 De que tipo de mortes falam as notícias? *106*
2.2.6 O caso Diana *109*
2.3 NATUREZA E TRANSFORMAÇÃO NA LINGUAGEM DOS MEDIA 114
2.3.1 Discursos na imprensa escrita *116*
2.3.2 Ocorrências e mecanismos do discurso *119*
2.3.3 Técnicas jornalísticas e valores-notícia *120*
2.3.4 O fenómeno de tabloidização *124*
2.3.5 Mudanças rumo à espetacularização *130*
2.3.6 A pressão das audiências *139*

3 O ESTUDO **141**

3.1 OS JORNAIS 143
3.1.1 Diário de Notícias *143*
3.1.2 Jornal de Notícias *148*
3.1.3 Correio da Manhã *154*
3.2 A ESCOLHA DE METODOLOGIAS 159
3.2.1 Análise de conteúdo *163*
3.2.2 Análise qualitativa *165*

3.2.3 Formulação das hipóteses ... 168
3.2.4 Universo de análise e amostra ... 170
3.2.5 Unidades e categorias de análise ... 170

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS ... 175

4.1 ANTÓNIO DE OLIVEIRA SALAZAR ... 176
4.1.1 Primeiras páginas ... 178
4.1.2 O dia seguinte ... 180
4.1.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 181
4.1.4 As efemérides ... 183
4.1.5 As imagens ... 184
4.1.6 Marcas de subjetividade ... 185
4.2 FERNANDO PASCOAL NEVES "PAVÃO" ... 188
4.2.1 Primeiras páginas ... 189
4.2.2 O dia seguinte ... 191
4.2.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 191
4.2.4 As efemérides ... 193
4.2.5 As imagens ... 193
4.2.6 Marcas de subjetividade ... 194
4.3 FRANCISCO DE SÁ CARNEIRO ... 196
4.3.1 Primeiras páginas ... 198
4.3.2 O dia seguinte ... 199
4.3.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 201
4.3.4 As efemérides ... 203
4.3.5 As imagens ... 204
4.3.6 Marcas de subjetividade ... 205
4.4 JOAQUIM AGOSTINHO ... 207
4.4.1 Primeiras páginas ... 209
4.4.2 O dia seguinte ... 211
4.4.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 212
4.4.4 As efemérides ... 213
4.4.5 As imagens ... 215
4.4.6 Marcas de subjetividade ... 216
4.5 ANTÓNIO VARIAÇÕES ... 219
4.5.1 Primeiras páginas ... 221
4.5.2 O dia seguinte ... 222
4.5.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 222
4.5.4 As efemérides ... 224
4.5.5 As imagens ... 226
4.5.6 Marcas de subjetividade ... 226
4.6 JOSÉ AFONSO ... 228
4.6.1 Primeiras páginas ... 230
4.6.2 O dia seguinte ... 231
4.6.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 232
4.6.4 As efemérides ... 234
4.6.5 As imagens ... 236
4.6.6 Marcas de subjetividade ... 237
4.7 CARLOS PAIÃO ... 239
4.7.1 Primeiras páginas ... 240
4.7.2 O dia seguinte ... 242
4.7.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 242
4.7.4 As efemérides ... 244
4.7.5 As imagens ... 244
4.7.6 Marcas de subjetividade ... 245
4.8 MIGUEL TORGA ... 246
4.8.1 Primeiras páginas ... 247
4.8.2 O dia seguinte ... 249
4.8.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 250
4.8.4 Efemérides ... 252
4.8.5 Imagens ... 253

4.8.6 Marcas de subjetividade ... 254
4.9 BEATRIZ COSTA ... 255
4.9.1 Primeiras páginas ... 257
4.9.2 O dia seguinte ... 258
4.9.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 259
4.9.4 As efemérides ... 260
4.9.5 As imagens ... 261
4.9.6 Marcas de subjetividade ... 262
4.10 ANTÓNIO DE SPÍNOLA ... 263
4.10.1 Primeiras páginas ... 265
4.10.2 O dia seguinte ... 266
4.10.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 267
4.10.4 As efemérides ... 269
4.10.5 As imagens ... 270
4.10.6 Marcas de subjetividade ... 271
4.11 VÍTOR BAPTISTA ... 272
4.11.1 Primeiras páginas ... 273
4.11.2 O dia seguinte ... 273
4.11.3 Os dez dias após a notícia morte ... 274
4.11.4 As efemérides ... 275
4.11.5 As imagens ... 276
4.11.6 Marcas de subjetividade ... 276
4.12 AMÁLIA RODRIGUES ... 277
4.12.1 Primeiras páginas ... 279
4.12.2 O dia seguinte ... 281
4.12.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 282
4.12.4 As efemérides ... 284
4.12.5 As imagens ... 286
4.12.6 Marcas de subjetividade ... 288
4.13 SOPHIA DE MELLO BREYNER ... 290
4.13.1 Primeiras páginas ... 291
4.13.2 O dia seguinte ... 293
4.13.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 294
4.13.4 Efemérides ... 295
4.13.5 As imagens ... 296
4.13.6 Marcas de subjetividade ... 297
4.14 ÁLVARO CUNHAL ... 299
4.14.1 As primeiras páginas ... 300
4.14.2 O dia seguinte ... 302
4.14.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 305
4.14.4 As efemérides ... 307
4.14.5 As imagens ... 308
4.14.6 Marcas de subjetividade ... 310
4.15 JOSÉ MEGRE ... 311
4.15.1 As primeiras páginas ... 313
4.15.2 O dia seguinte ... 313
4.15.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 314
4.15.4 As efemérides ... 315
4.15.5 As imagens ... 315
4.15.6 Marcas de subjetividade ... 316
4.16 RAUL SOLNADO ... 316
4.16.1 Primeiras páginas ... 318
4.16.2 O dia seguinte ... 320
4.16.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 321
4.16.4 As efemérides ... 323
4.16.5 As imagens ... 323
4.16.6 Marcas de subjetividade ... 324
4.17 JOSÉ SARAMAGO ... 326
4.17.1 Primeiras páginas ... 327
4.17.2 O dia seguinte ... 329

4.17.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 331
4.17.4 As efemérides ... 333
4.17.5 As imagens ... 335
4.17.6 Marcas de subjetividade ... 336
4.18 ANTÓNIO FEIO ... 337
4.18.1 Primeiras páginas ... 338
4.18.2 O dia seguinte ... 340
4.18.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 340
4.18.4 As efemérides ... 343
4.18.5 As imagens ... 343
4.18.6 Marcas de subjetividade ... 345
4.19 ANGÉLICO VIEIRA ... 345
4.19.1 Primeiras páginas ... 346
4.19.2 O dia seguinte ... 348
4.19.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 349
4.19.4 As efemérides ... 352
4.19.5 As imagens ... 352
4.19.6 Marcas de subjetividade ... 354
4.20 EUSÉBIO DA SILVA FERREIRA ... 355
4.20.1 Primeiras páginas ... 356
4.20.2 O dia seguinte ... 359
4.20.3 Os dez dias após a notícia da morte ... 361
4.20.4 As efemérides ... 363
4.20.5 As imagens ... 364
4.20.6 Marcas de subjetividade ... 366

5 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS ... 369

5.1 A COBERTURA DA MORTE NOS TRÊS JORNAIS ... 369
5.2 O DESTAQUE DAS PERSONALIDADES NOS TRÊS JORNAIS ... 374
5.2.1 O destaque em número de peças ... 377
5.3 OS GÉNEROS JORNALÍSTICOS ... 382
5.3.1 Géneros por jornal e por personalidade ... 386
5.4 AS IMAGENS ... 391
5.5 A MORTE NA CAPA DOS JORNAIS ... 398
5.5.1 Títulos mobilizadores ... 401
5.6 O RUÍDO E A NOTICIABILIDADE FACE À ATENÇÃO MEDIÁTICA ... 402
5.7 AMPLITUDE DA COBERTURA: RAZÕES PARA AS DIVERGÊNCIAS ... 406
5.8 CONTEÚDOS E ÂNGULO DE ABORDAGEM ... 413
5.9 A OPINIÃO ... 416
5.10 SUBJETIVIDADES ... 417
5.11 A MORTE ESPERADA ... 420
5.12 AS EFEMÉRIDES ... 423
5.13 PARA UMA CATEGORIZAÇÃO DAS PERSONALIDADES MEDIÁTICAS ... 426
5.14 A RITUALIDADE DA MORTE NOS MEDIA ... 443
5.15 A CONFIRMAÇÃO E NEGAÇÃO DAS HIPÓTESES ... 446
5.16 MODIFICAÇÕES NO JORNALISMO E OPÇÕES NA COBERTURA DAS MORTES ... 449

6 CONCLUSÃO ... 453

7 BIBLIOGRAFIA ... 471

7.1 CORPUS DE ANÁLISE ... 485

Índice de Ilustrações

Ilustração 1 – Os dois ramos do jornalismo segundo Colin Sparks 129
Ilustração 2 – Primeiras páginas: Salazar 179
Ilustração 3 – Primeiras páginas: Pavão 190
Ilustração 4 – Primeiras páginas: Francisco Sá Carneiro 198
Ilustração 5 – Primeiras páginas: Joaquim Agostinho 210
Ilustração 6 – Primeiras páginas: António Variações 221
Ilustração 7 – Primeiras páginas: José Afonso 230
Ilustração 8 – Primeiras páginas: Carlos Paião 241
Ilustração 9 – Primeiras páginas: Miguel Torga 248
Ilustração 10 – Primeiras páginas: Beatriz Costa 257
Ilustração 11 – Primeiras páginas: António de Spínola 266
Ilustração 12 – Primeiras páginas: Amália Rodrigues 280
Ilustração 13 – Primeiras páginas: Sophia de Mello Breyner 292
Ilustração 14 – Primeiras páginas: Álvaro Cunhal 301
Ilustração 15 – Primeiras páginas: Raul Solnado 319
Ilustração 16 – Primeiras páginas: José Saramago 328
Ilustração 17 – Primeiras páginas: António Feio 339
Ilustração 18 – Primeiras páginas: Angélico Vieira 347
Ilustração 19 – Primeiras páginas: Eusébio da Silva Ferreira 357
Ilustração 20 – Site do Público online antes da morte de Mário Soares 422

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – António de Oliveira Salazar: os onze dias após a morte 183
Gráfico 2 – António de Oliveira Salazar: as efemérides 184
Gráfico 3 – António de Oliveira Salazar: as imagens 185
Gráfico 4 – Pavão: os onze dias após a morte 193
Gráfico 5 – Pavão: as imagens 194
Gráfico 6 – Francisco Sá Carneiro: os onze dias após a morte 202
Gráfico 7 – Francisco Sá Carneiro: as efemérides 204
Gráfico 8 – Francisco Sá Carneiro: as imagens 205
Gráfico 9 – Joaquim Agostinho: os onze dias após a morte 213
Gráfico 10 – Joaquim Agostinho: as efemérides 215
Gráfico 11 – Joaquim Agostinho: as imagens 216
Gráfico 12 – António Variações: os onze dias após a morte 224
Gráfico 13 – António Variações: as efemérides 225
Gráfico 14 – António Variações: as imagens 226
Gráfico 15 – José Afonso: os onze dias após a morte 234
Gráfico 16 – José Afonso: as efemérides 236
Gráfico 17 – José Afonso: as imagens 237
Gráfico 18 – Carlos Paião: os onze dias após a morte 244
Gráfico 19 – Carlos Paião: as imagens 245
Gráfico 20 – Miguel Torga: os onze dias após a morte 251
Gráfico 21 – Miguel Torga: as efemérides 253
Gráfico 22 – Miguel Torga: as imagens 254
Gráfico 23 – Beatriz Costa: os onze dias após a morte 260
Gráfico 24 – Beatriz Costa: as imagens 262
Gráfico 25 – António de Spínola: os onze dias após a morte 269
Gráfico 26 – António de Spínola: as imagens 271
Gráfico 27 – Vítor Baptista: os onze dias após a morte 275
Gráfico 28 – Amália Rodrigues: os onze dias após a morte 284
Gráfico 29 – Amália Rodrigues: as efemérides 286
Gráfico 30 – Amália Rodrigues: as imagens 288
Gráfico 31 – Sophia de Mello Breyner: os onze dias após a morte 295
Gráfico 32 – Sophia de Mello Breyner: as imagens 297
Gráfico 33 – Álvaro Cunhal: os onze dias após a morte 307
Gráfico 34 – Álvaro Cunhal: as efemérides 308
Gráfico 35 – Álvaro Cunhal: as imagens 310
Gráfico 36 – José Megre: os onze dias após a morte 315
Gráfico 37 – José Megre: as imagens 316
Gráfico 38 – Raul Solnado: os onze dias após a morte 322
Gráfico 39 – Raul Solnado: as imagens 324
Gráfico 40 – José Saramago: os onze dias após a morte 333
Gráfico 41 – José Saramago: as efemérides 334
Gráfico 42 – José Saramago: as imagens 336
Gráfico 43 – António Feio: os onze dias após a morte 343
Gráfico 44 – António Feio: as imagens 344
Gráfico 45 – Angélico Vieira: os onze dias após a morte 352
Gráfico 46 – Angélico Vieira: as imagens 354
Gráfico 47 – Eusébio da Silva Ferreira: os onze dias após a morte 363
Gráfico 48 – Eusébio da Silva Ferreira: as efemérides 364
Gráfico 49 – Eusébio da Silva Ferreira: as imagens 366
Gráfico 50 – Total de páginas em que foram referenciadas as 20 personalidades 369
Gráfico 51 – Número de páginas ocupadas, por personalidade, em cada jornal 371
Gráfico 52 – Percentagem de páginas ocupadas, por personalidade, em cada jornal 373
Gráfico 53 – Número de páginas ocupadas, com referências às personalidades, nos três jornais 375
Gráfico 54 – Percentagem de páginas ocupadas, com referências às personalidades, nos três jornais 376
Gráfico 55 – Total de peças escritas, por personalidade, nos três jornais 378
Gráfico 56 – Total de peças escritas, por personalidade, em cada jornal 379
Gráfico 57 – Número de peças escritas sobre Álvaro Cunhal em cada jornal 379

Gráfico 58 – Número de peças escritas sobre António Feio em cada jornal 380
Gráfico 59 – Número de peças escritas sobre Eusébio em cada jornal 380
Gráfico 60 – Número de peças escritas sobre José Saramago em cada jornal 381
Gráfico 61 – Número de peças escritas sobre Pavão em cada jornal..... 381
Gráfico 62 – Número total de peças, por género jornalístico, nos três jornais 383
Gráfico 63 – Número total de peças, por género jornalístico, em cada jornal..... 386
Gráfico 64 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Álvaro Cunhal 388
Gráfico 65 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Amália Rodrigues..... 388
Gráfico 66 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de António de Oliveira Salazar 389
Gráfico 67 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Eusébio 390
Gráfico 68 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de José Saramago 390
Gráfico 69 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Sá Carneiro 391
Gráfico 70 – Número de imagens utilizadas na cobertura da morte das personalidades nos jornais 392
Gráfico 71 – Percentagem de imagens utilizadas, no total dos casos, em cada jornal 393
Gráfico 72 – Número de imagens publicadas, caso a caso, em cada jornal 394
Gráfico 73 – Percentagem de imagens dos cadáveres publicadas em cada jornal..... 395
Gráfico 74 – Imagens dos cadáveres das personalidades em cada jornal..... 396
Gráfico 75 – Destaques de primeira página, números totais e por cada jornal..... 398
Gráfico 76 – Destaques de primeira página, para cada personalidade, nos três jornais 400
Gráfico 77 – Número total de páginas, peças e imagens, por personalidade, em cada jornal 407
Gráfico 78 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de Álvaro Cunhal 408
Gráfico 79 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de José Saramago 408
Gráfico 80 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de Pavão 408
Gráfico 81 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de Salazar 409

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Hipóteses para uma análise de conteúdo quantitativa 168
Tabela 2 – Hipóteses para uma análise de conteúdo qualitativa 169
Tabela 3 – Categorias de análise segundo género jornalístico 171
Tabela 4 – Categorias de análise segundo os destaques de primeira página 173
Tabela 5 – Total de destaques das personalidades 428
Tabela 6 – Categorias das figuras públicas 443
Tabela 7 – Comparação temporal: os onze dias após a morte 447

Introdução

A morte é um tema transversal em todas as sociedades e ocupa um espaço importante dos *media* contemporâneos. Objeto de um vasto tratamento multidisciplinar, o fenómeno da morte assume um carácter ritual, quando olhado por disciplinas como a antropologia e adota uma dimensão dramática nos *media* que, em determinadas circunstâncias, os transforma em cerimoniais particulares de homenagem e consagração.

O ser humano possui múltiplas formas de lidar com a morte, muitas vezes enquadradas por rituais que ajudam a superar a perda. Ao mesmo tempo que encontramos nos cerimoniais fúnebres uma forma de lidarmos com essa perda, a mediatização da morte das celebridades assume um interesse particular pelo seu caráter público, criando novas formas de ritualização, como as descritas por Dayan e Katz (1994).

Os meios de comunicação social assumem a morte como um dos critérios de noticiabilidade e, nesse sentido, fazem dela notícia sempre que a proximidade ou notoriedade da pessoa envolvida, o inesperado da ocorrência ou a negatividade do caso adquirem força suficiente para se transformar em valores-notícia, tal como os tipifica Galtung e Ruge (1965). Em suma, os órgãos de comunicação social ocupam-se das questões da morte sempre que ela resulte de um acidente de média ou grande dimensão - e por vezes até os de pequena dimensão são objeto de notícia - ou quando envolve uma figura reconhecida pela sociedade.

Nas últimas décadas o panorama mediático sofreu profundas alterações. Com a introdução das novas tecnologias (TIC) nas redações, aumentou-se a velocidade no tratamento das notícias, tornou-se mais complexo o acesso às fontes de informação, criaram-se novas formas de pesquisa e difusão da informação, tendo por base uma plataforma, a internet, que permite múltiplas formas de mediação. A democratização da informação no espaço digital introduziu também novas formas de opacidade, permitindo a manipulação de imagens e de informação e tornou mais difícil a confirmação dos factos, num novo contexto onde impera a velocidade como valor informativo. Bastos (2013) defende que há hoje uma série de pilares jornalísticos que foram diluídos pelo ciberjornalismo e inclui a verificação dos factos, fruto da pressão do tempo, como um desses pilares. “Dar primeiro e confirmar depois tornou-se, nos piores casos, um postulado pernicioso em voga” (Bastos, 2013: p.3). Estes processos modificaram não só a estrutura das redações, mas também o

tratamento noticioso, ao mesmo tempo que criaram novas e maiores expectativas no público.

O objetivo que está subjacente à nossa investigação é o de compreender qual o percurso trilhado, do ponto de vista das narrativas mediáticas, no que concerne ao tratamento da morte de figuras públicas. Consideramos que as alterações tecnológicas, económicas e socioprofissionais, registadas nos últimos 40 anos em Portugal tiveram impactes nas formas narrativas do jornalismo e que o seu tratamento a partir de acontecimentos mediáticos de relevo se traduz numa cobertura mediática ampliada, destinada a um público ávido por detalhes e que os *media* usam no seu próprio interesse. Partindo ainda do tratamento da morte nos *media*, e tendo em conta a sua transversalidade social, poderemos também analisar transformações no tratamento noticioso que os meios de comunicação social e, em particular, a imprensa trilharam nas últimas décadas.

Debruçar-nos-emos sobre o tratamento mediático da morte de celebridades na imprensa portuguesa. Quisemos, por isso, olhar para algumas figuras públicas que desapareceram nos últimos 40 anos, analisando as transformações que o tratamento destes acontecimentos foi tendo, até aos nossos dias.

Começaremos por reunir múltiplas perspetivas em torno do fenómeno morte. Foi nossa preocupação compreender o entendimento da morte, quer por parte dos povos ocidentais, abordando alguns dos rituais históricos que desapareceram e outros que se mantiveram ao longo dos tempos, quer por parte de civilizações culturalmente mais distantes, mas onde as etapas do luto ajudam a compreender a forma como lidavam com ela. Para isso partiremos dos conceitos de rito e de ritual e estudaremos a forma de encarar a morte, bem como o modo como os diferentes povos foram lidando com ela, desde a Idade da Pedra, quando já existia registo do enterro dos cadáveres com objetos e amuletos, até à Idade Média, passando pelas civilizações grega e romana, nas quais vigorava a crença da continuidade do espírito. Nesta medida, convocaremos o trabalho do historiador Philippe Ariès (2004), que nos ajudou a compreender as mudanças verificadas na forma de lidar com a morte, desde a Idade Média, até à contemporaneidade. O percurso histórico que procuraremos aqui traçar vai ao encontro das atitudes de distanciamento em relação à morte do outro, patente nas conceções de autores como Gorer (1995) ou Norbert Elias (1987), que trataram o tabu e o medo da morte, fazendo com que esta deixasse de ser vivida em público, para passar a ser cada vez mais remetida para o domínio do espaço privado.

Procurando traçar diferentes caminhos epistemológicos em torno da morte, analisaremos ainda os contributos da antropologia, nomeadamente no que diz respeito aos ritos de passagem elencados por Van Gennep (1977), que podem ser aplicados às transições inerentes à morte, na medida em que explicam o conjunto de comportamentos que ajudam a encerrar um determinado ciclo na vida e a respetiva transição para o ciclo seguinte. Partindo desta ideia de transição, incluiremos os contributos de Hertz (1960) e Catroga (1999), tendo em conta as diferenças culturais no que toca a cerimónias e rituais fúnebres.

Concomitantemente, procuraremos ainda entender a visão que os povos têm da morte, abrindo caminho entre duas realidades que primeiro nos pareceram opostas mas que, mais tarde, compreendemos serem paralelas. Falaremos do medo da morte e do consequente tratamento da mesma como um tabu, a par com uma certa curiosidade que não só deriva do medo, como também se traduz numa busca quase mórbida por detalhes relacionados com o falecimento de outrem. Claro que estes caminhos paralelos fazem muito mais sentido quando falamos de conteúdos mediados pelos órgãos de comunicação social, sejam estes informativos ou de entretenimento. Falaremos, pois, da negação da morte, que coexiste com o tabu a ela associado e com o elevado valor de noticiabilidade que congrega. É a partir desta perspetiva que faremos a ponte entre as atitudes do homem perante a morte e os rituais de luto nos meios de comunicação social, temas trabalhados por autores como as finlandesas Pantii e Sumiala (2009).

Em seguida abordaremos a linguagem dos *media* e a morte, sendo que o segundo capítulo desta investigação será também dedicado ao estudo do conceito de celebridade e/ou figura pública. Se a morte, lida como negatividade ou como inesperado, contém uma forte noticiabilidade, a proeminência social da pessoa envolvida no acontecimento reforça os valores-notícia da informação. Consideramos, por isso, fundamental, a análise dos vários tipos de personalidades com destaque na vida pública, olhando-os através de diferentes conceitos: heróis, mitos, celebridades, estrelas e fama. Delimitaremos, portanto, cada um destes conceitos, fazendo um esforço teórico para os entender e definir, em prol da compreensão das diferentes categorias da fama. Neste ponto do nosso estudo serão fundamentais os estudos de autores como Chris Rojek (2001), Victor Turner (2004) ou Ellis Cashmore (2006), mas também os contributos de David Marshall (2006) e Boorstin (2006). Para este último, a ideia da celebridade como o pseudo-evento humano opõe, desde logo, o herói e a celebridade, na medida em que o primeiro alcança esse estatuto fruto da

superação individual e o segundo necessita da intervenção dos meios de comunicação social. Estas e outras distinções serão uma forma de entendimento de conceções de outros autores, nomeadamente a defendida por Gabler (2001), que valoriza a questão da narrativa pessoal da figura pública ou as tipologias de Rojek quanto ao *status* da celebridade e à ascensão e queda destas personalidades dentro da fama. Não deixaremos de abordar a relação das figuras públicas com o seu público, congregando as perspetivas recolhidas em torno da ideia da religião enquanto fenómeno de culto e adoração e estabelecendo paralelismos entre crenças e práticas religiosas e a cultura das celebridades.

Também o olhar em torno da tabloidização estará presente neste estudo, até porque falamos de uma tendência diretamente relacionada com o sacrifício da informação face à primazia do entretenimento (David Rowe, 2010). Não deixaremos, por isso, de entrar na questão da televisão, até porque este meio de comunicação social é muitas vezes o espaço de formação de um determinado tipo de celebridades, sobretudo por via dos *reality-shows*, bem como o território de manutenção da fama, por via da exposição mais ou menos acentuada da personalidade. Neste campo olharemos a celebridade como atividade económica, procurando compreender que existem dois caminhos até à fama: quando os meios de comunicação social fabricam a figura pública e quando a figura pública alcança este estatuto por via do seu trabalho, mas necessita dos *media* para a legitimação desse mesmo estatuto.

Depois de criadas as categorias da fama (Celebridade, Estrela, Famoso, Herói, Mito e Vedeta), debruçar-nos-emos sobre o modo como a morte é veiculada através dos meios de comunicação. Ainda dentro do segundo capítulo desta investigação, procuraremos múltiplas visões sobre a mediatização da morte nos meios de comunicação social, à luz das principais mudanças e transformações na indústria mediática e nas próprias narrativas. De facto, afigurou-se-nos pertinente compreender algumas transformações, para abarcar de forma mais aprofundada, não só a espetacularização da informação, mas também a intensificação da noticiabilidade da morte associada à relevância e aos diferentes graus de estrelato das figuras públicas. Será, por isso, pertinente olhar de forma mais aprofundada o trabalho de Dayan e Katz (1994) sobre os cerimoniais mediados, bem como as representações que são feitas da morte nas notícias, convocando os contributos de Hanusch (2010) e Barbie Zelizer (2010).

Finalmente, num esforço de interseção entre as figuras públicas e a morte, procuraremos ainda olhar as questões do destaque e proeminência pública das personalidades, não só em vida, mas também depois da morte. Diana Spencer ou Elvis Presley são dois dos casos mais estudados, sobretudo porque a morte não esbateu a visibilidade mediática das personalidades, havendo mesmo autores, como Rojek (2001), que defendem uma maior mercantilização da imagem da celebridade após a sua morte, bem como a valorização dos objetos ou locais por onde a figura passou. O autor exemplifica com a casa que pertenceu a Elvis, situada em Graceland, e que recebe anualmente 750 mil visitantes, número superior aos turistas que passam todos os anos pela Casa Branca (Rojek, 2001: p.59). Em casos como os de Diana, Frank Sinatra, James Dean, Marylin Monroe, Elvis Presley ou John Lennon, o autor considera que após o rosto da celebridade ter sido elevado e integrado na cultura popular, ele passa a possuir uma qualidade de imortalidade, mesmo após a sua morte física (Rojek, 2001: p.189). Concomitantemente, centrar-nos-emos no caso da Princesa Diana, no tratamento que foi feito da sua morte e nas consequências dessa enorme atenção mediática que o acontecimento recebeu.

Ao longo deste segundo capítulo, não deixaremos de nos debruçar sobre o tratamento da morte nos *media*, analisando a sua evolução diacrónica e procurando olhar para um momento particular de análise das mutações narrativas dos *media* ao longo das últimas décadas, tendo por base as transformações económicas, tecnológicas e culturais da comunicação e do jornalismo. Nesta medida, encontraremos alguns mecanismos do discurso no jornalismo que nos ajudam a posicionar em termos do tratamento mediático da morte, analisando as mudanças na profissão e no sector, abordando as estratégias de seleção da informação e as técnicas jornalísticas e centrando-nos na questão dos valores de noticiabilidade enquanto critérios que podem ajudar a explicar o caminho percorrido rumo à espetacularização e ao predomínio da informação-espetáculo defendido por autores como Ramonet (1999), Wolton (1999) ou Debord (2002).

Olhada a morte, a celebridade e as narrativas mediáticas, partiremos para os nossos estudos de caso. Foi intenção desta investigação explorar o tratamento noticioso dado à morte de duas dezenas de figuras públicas, num período temporal superior a 40 anos, em três jornais diários portugueses. Optámos por fazer uma análise caso a caso, quer quantitativa, quer qualitativa, e que partiu de várias hipóteses relacionadas com a evolução do tratamento dado à morte das figuras públicas, quer em termo imagéticos, quer em termos textuais, da

quantidade de detalhes expostos pelos *media* e ainda do grau de envolvimento do jornalista e/ou do jornal na cobertura noticiosa daquele acontecimento. Analisando os ecos da morte de figuras tão díspares como Eusébio ou Sá Carneiro, abrangendo circunstâncias e incidentes tão diversos como a morte por doença ou os inesperados acidentes automóveis e tocando áreas tão distintas como a política ou a música, foi nossa intenção debruçarmo-nos sobre a evolução do tratamento jornalístico, mas também de diferentes abordagens e de narrativas específicas sobre as diferentes figuras públicas.

Começaremos por fazer uma síntese biográfica de cada uma das personalidades, tendo como objetivo conhecer um pouco melhor cada uma das vidas daquelas figuras públicas. Explicaremos em seguida os nossos métodos e hipóteses, para posteriormente partirmos para a análise de 2230 peças e 2280 imagens, extraídos de 1226 páginas das 915 edições do Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias.

A morte não é por si fator de noticiabilidade jornalística, mas ela surge na comunicação social pela conjugação de dois aspetos importantes: o inesperado e a notoriedade da personalidade envolvida. Este pressuposto resulta de uma primeira observação da atividade profissional da autora desta investigação, e levou a que dedicássemos um olhar multidisciplinar, abrangente, panorâmico e simultaneamente atento ao detalhe, no que toca aos 20 casos escolhidos de figuras públicas falecidas nos últimos 42 anos da comunicação social portuguesa.

A narrativa mediática da morte de António de Oliveira Salazar, Fernando Pascoal das Neves, Francisco Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações, José Afonso, Carlos Paião, Miguel Torga, Beatriz Costa, António de Spínola, Vítor Baptista, Amália Rodrigues, Sophia de Mello Breyner, Álvaro Cunhal, José Megre, Raul Solnado, José Saramago, António Feio, Angélico Vieira e Eusébio da Silva Ferreira foi analisada a partir das edições do Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias. Encontrámos tratamentos similares em alguns casos e coberturas diferenciadas em outros, consoante o perfil de cada periódico e mediante o grau de notoriedade ou a posição ideológica da personalidade em causa. Concomitantemente, percebemos que cada uma das figuras selecionadas para este estudo se insere num determinado estatuto social, algo que pode influenciar a atenção que determinado jornal dá, ou não, à sua morte. Ao mesmo tempo, encontrámos fatores e ruídos que comprometeram o tratamento mediático do falecimento e diversas amplitudes na cobertura das exéquias e das próprias causas da morte. A tendência

para a espetacularização da informação e a acentuação da tabloidização estão presentes nos casos mais recentes, assim como a subjetividade que o jornalista tantas vezes rejeita mas que, no caso da morte, é temporariamente aceite. A ritualização da morte nos jornais e o papel que estes assumem enquanto mediadores da realidade ajudam a explicar, por um lado, o grau de atenção que este tema merece na imprensa e, por outro lado, o contributo dos periódicos para ajudar a dar sentido ao acontecimento disruptivo que é a morte.

1 Morte, ritualidade e memória

Compreender a morte é também analisar e olhar de perto os seus ritos e rituais, sobretudo aqueles que se prendem com a conservação da memória. No momento em que se prepara a eliminação do corpo do mundo dos vivos, existem várias formas de eternizar a memória dos que o habitaram, entre um povo, no caso de personalidades de destaque, ou entre os seus entes queridos, no caso da perda de alguém que nos é próximo. Existem também diferentes vivências e experiência que resultam da posição que ocupa na nossa vida a pessoa que morre.

> "Ao invés de muitas ideias filosóficas e religiosas, a morte afecta cada um de nós à medida que deparamos com a morte daqueles que amamos, daqueles de quem gostamos, dos famosos que nos servem de amigos imaginários, dos nossos vizinhos e daqueles que odiamos" (Davies, 2005: p.25).

Nesta perspetiva, procuraremos compreender algumas das relações, ritos e rituais que têm a morte como pano de fundo e os *media* como intermediários ou, até, potenciadores da memória.

Importa, antes de mais, fazer a distinção entre estes dois conceitos: rito e ritual. Segundo Rivière (2011: p.154), o rito, cuja inspiração inicial é de ordem religiosa, "designa um conjunto de actos repetitivos e codificados, por vezes solenes, de ordem verbal, gestual ou de postura, com forte carga simbólica, fundados sobre a crença na força actuante de seres ou de poderes sagrados, com os quais o homem tenta comunicar visando obter um determinado efeito". Willems (*cit. in* Mesquita, 2003: p.304) descreve o rito como "um tipo de cerimónia onde as maneiras de agir, as fórmulas, os gestos e os símbolos utilizados são tidos como possuidores de virtudes ou de poderes que lhe são inerentes e susceptíveis de produzir efeitos ou resultados determinados". Por sua vez, o ritual traduz-se no "conjunto de preceitos a observar na execução de um rito, tornando-se num esquema que se repete de forma mais ou menos imutável" (Maia, 2002: p.328). No fundo, trata-se de um conjunto de regras e procedimentos, consagradas por tradições, costumes ou normas, que integram um determinado acontecimento ou ato solene. O rito seria a cerimónia e o ritual o conjunto de comportamentos e procedimentos que a integra.

Muito estudada sobre as mais variadas perspetivas, a morte esteve sempre presente na vida humana, mas reserva com ela uma grande inquietação, pelo simples facto de não sabermos o que acontece, ou não, para além dela. Na realidade, e como constata Davies (2005: p.25),

"o primeiro encontro de uma pessoa com a morte faz-se através da «morte dos outros»". No âmbito deste capítulo, pretendemos analisar as diferentes perspetivas sobre a morte, ocupando-nos de vários campos de estudo para melhor compreender o nosso objeto, nos seus múltiplos ângulos. Do campo da antropologia à vertente dos meios de comunicação social, passando pela sua história, vários autores debateram a analisaram o fenómeno da morte de diferentes pontos de vista e com diferentes conclusões, análises e reflexões. Procuraremos, assim, os contributos mais relevantes de cada área do saber, recolhendo os elementos que se afiguram fundamentais para uma compreensão do nosso objeto de estudo.

1.1 A história das vivências da morte

Foram vários os historiadores que se debruçaram sobre diversas culturas e diferentes períodos temporais, para dar conta dos rituais e formas de encarar a morte em cada época. As mais remotas evidências da crença na vida após a morte remontam à Idade da Pedra, há cerca de 20 mil a 50 mil anos, altura de que já há registo do enterro de cadáveres com objetos e comida junto deles. A crença de que a morte representava outro tipo de vida está também expressa nas cavernas, onde as pinturas existentes indiciam não só essa ideia, mas também o facto de as cavernas serem vistas como entradas para outro mundo (Kellehear, 2007: p.23).

Davies (2005: p.35) fala-nos dos rituais como a mumificação pelo povo de Chinchorro[1] (atual Chile), dois mil anos antes de o povo egípcio dominar esta técnica, o que evidencia a preocupação ancestral dos vivos em reter os corpos dos mortos. Tal como concluiu o antropólogo Bernardo Arriaza (*cit. in* Davies, 2005: p.36), estes estudos demonstram que há pelo menos 7 mil anos antes de Cristo já existia um sentimento de sofrimento face à perda de alguém. Lembrando que é através das relações humanas que encontramos a nossa identidade e que é face à sua perda que experienciamos o luto, Davies recorda que, desde sempre, a pertença a grupos religiosos, ou as relações com as várias divindades, ajudaram o ser humano a lidar com a incerteza da morte.

Ao longo de milénios, existiu sempre um elemento comum na forma como a espécie humana vive a morte: a necessidade de enterrar os cadáveres, fosse de que modo fosse, tal como nos diz Douglas Davies (2005: p.65), sublinhando a atenção e o tratamento que os

[1] Nome dado ao grupo de pescadores que habitaram a costa do deserto de Atacama, no Chile, entre os anos de 7020 e 1500 antes de Cristo.

finados exigem. Para o autor esta necessidade secular prende-se com a experiência da estranheza da morte, origem de ritos e crenças que nos ajudam a lidar com a perda de alguém e com a própria inevitabilidade do nosso desaparecimento. Assim, o que muda, são as formas como removemos fisicamente os mortos. Antes ainda da prática da mumificação dos Chinchorro, que se destinava a todos os membros daquela comunidade, incluindo às crianças com menos de um ano de idade, conhecemos os funerais da Idade da Pedra, onde se recorria à cremação ou ao enterro dos cadáveres em posição fetal, acompanhados de bens fúnebres. Para Davies (2005: p.66), se existe o ritual, existe uma ligação religiosa, qualquer que ela seja. Assim, ainda que seja impossível identificar com exatidão o significado da morte para os povos pré-históricos, há elementos que denotam uma relação com os mortos e, porventura, a noção de vida após a morte. Para o autor, aquilo que mudou ao longo do tempo foi, então, as diferentes crenças que enformam a interpretação dada ao enterro e à cremação, sendo que o surgimento do Cristianismo tornou a morte numa preocupação ritual para grande parte da humanidade.

1.1.1 A época pré-histórica e as civilizações da Antiguidade

Considerando que a Pré-História se define como a época anterior ao aparecimento da escrita (3000 a.C.), remetendo-nos para um período de há 600 mil anos atrás, não existem dados suficientes para traçar aqui toda a história dos rituais relacionados com a morte, nem é esse o nosso propósito. Ainda assim, procuramos reunir um conjunto de contributos, referentes a algumas épocas e determinadas civilizações situadas neste espaço de tempo.

A Pré-História está dividida em Paleolítico Inferior (600 mil a 100 mil anos antes de Cristo), Paleolítico Médio (100 mil anos a 40 mil anos antes de Cristo), Paleolítico Superior (40 mil anos a 10 mil anos antes de Cristo) – sendo que estas três formam a Idade da Pedra –, Mesolítico (10 mil a 5 mil anos antes de Cristo), Neolítico (5 mil anos antes de Cristo até à Época dos Metais) e Época dos Metais (cerca de 2 mil anos antes de Cristo). De acordo com Lopes da Silva (1979a: p.15), durante o Paleolítico Médio foram identificadas marcas que mostram que os homens do Neandertal se preocupavam com o destino dos mortos, na medida em que datam desta época algumas sepulturas, quer individuais, quer coletivas, sobretudo destinadas a crianças. No Paleolítico Superior subsistem os cuidados com os mortos, sendo que alguns esqueletos encontrados dentro das sepulturas desta época estavam cobertos por um corante (ocre), conchas e outros objetos de uso corrente, o que denota a possível existência de ritos associados à crença da vida depois

da morte (Lopes da Silva, 1979a: p.17). Segundo Toríbio (1937: p.43), registava-se um grande cuidado no enterro de crianças, que iam também acompanhadas dos seus adornos. Idênticas descobertas de esqueletos cobertos de utensílios foram situadas no período do Mesolítico e no Neolítico. Tal como nos diz o autor Lopes da Silva, (1979a: p.18), "o culto dos mortos atinge uma grandiosidade bem expressa nos monumentos megalíticos (dólmenes, menhires)". O uso da cor vermelha, a oferta de alimentos e outros objetos ao defunto e a posição recolhida das pernas são caraterísticas do culto dos mortos durante o período Neolítico (Toríbio, 1937: p.140), altura em que apareceram os primeiros cemitérios.

Segundo Toríbio (1937: p.75), na Península Ibérica, a prova mais antiga de um culto funerário situa-se em Espanha e data do Aurignacense (época situada durante o Paleolítico Superior), e consistiria num ritual dentro de uma gruta, com o cadáver dividido (cabeça colocada entre as mãos e em seu lugar um cabrito) junto a uma vasilha com ocre e restos de alimento ligados ao corpo através de um tubo. Na época seguinte era mais comum a inumação, depositando-se armas e utensílios, bem como seixos pintados e conchas junto do corpo. Segundo o autor, "em Muge, Portugal, os cadáveres foram enterrados em fossas tapadas com pedras e terra e estavam acompanhadas por conchas" (Toríbio, 1937: p.75). Já na época megalítica, em Portugal e Espanha os enterros eram coletivos e em cavidades superficiais, bem como em covas naturais. "Os sepulcros com superestruturas dividiam-se em câmaras, simples ou com galeria coberta e em antas", afirma Toríbio (1937: p.146).

Uma das principais caraterísticas da Idade da Pedra, segundo Kellehear, prende-se com a diminuta consciência da morte, pressuposta no facto de as mortes não serem antecipadas e acontecerem repentinamente (acidentes, doença súbita). Do mesmo modo, as mortes rituais, ou seja a morte provocada por razões rituais, decorriam durante períodos considerados curtos, demorando em média um ou dois dias.

A segunda caraterística refere-se à herança, entendida aqui não como aquilo que os mortos deixam aos vivos, mas sim os equipamentos com que os vivos apetrecham os mortos. Esta leitura assenta na quantidade de objetos com valor económico e social com que os cadáveres eram enterrados (alguns eram enterrados com cães ao lado) e no facto de estes serem colocados em posição fetal, dando ideia de que os povos ancestrais acreditavam num renascimento do corpo. A morte como viagem para outro mundo também é identificada

como marca da Idade da Pedra, na medida em que alguns autores o defendem face ao conjunto de crenças, práticas e rituais perante o morto[2].

Em quarto lugar o autor aponta o controlo comunitário da morte, no sentido em que todas as crenças acerca das tarefas que o morto iria desempenhar noutro mundo e mesmo a ideia de que era preciso dar-lhe uma segunda morte, são a expressão de uma tentativa de controlo pela comunidade que lhe sobrevive. Mesmo nos casos da morte ritual, que pode durar um ou dois dias, o indivíduo que vai ser sacrificado tem pouca interferência nos rituais.

A última caraterística referida por Kellehear prende-se com o caráter ambivalente das cerimónias fúnebres, na medida em que a morte de alguém representa uma natureza dual do *status* de morrer. O autor considera que, por um lado, se encara o morto como alguém que foi amado em vida, mas por outro lado receia-se aquilo que ele virá a ser depois de morto, visto que muitos povos acreditavam em fantasmas e espíritos do outro mundo (Kellehear, 2007: pp.33-42).

Face ao modo como algumas civilizações trataram a morte, destaque-se os estudos sobre o povo egípcio. A religião egípcia desenvolveu um culto dos mortos próprio, consentâneo com uma arreigada crença na vida além da morte. Lopes da Silva (1979a: p.26) diz-nos que "o cuidado posto no arranjo e preparação delicada do próprio cadáver, a par das oferendas e objectos familiares e até iguarias, revelam à sociedade como o egípcio acreditava firmemente na existência de uma outra vida".

Para os egípcios, "a morte era a separação do elemento corporal dos elementos espirituais, o *ba* e o *ka*" (Tavares, 1995: p.121). O *ba* seria a alma e o *ka* seria uma espécie de reflexo imaterial do corpo. O povo egípcio acreditava que a alma continuava a existir após a morte e ainda necessitava do corpo para subsistir. Como tal, o corpo não podia ser destruído, sob pena de também a alma ser aniquilada. Tavares explica que toda a sociedade do antigo Egipto estava "empenhada e comprometida com o Além", o que se traduzia, desde logo, no cuidado com o enterramento dos mortos, por forma a conservar o corpo. São desta época[3] as práticas da mumificação, que foram evoluindo desde os cadáveres envoltos em peles e colocados no deserto para serem conservados pela secura, até às posteriores técnicas de

[2] Algumas tribos na Austrália guardavam um braço ou o crânio do morto para ser esmagado, altura em que a alma estava livre para se juntar à fila das almas que aguardavam o renascimento.
[3] A civilização egípcia situa-se entre os 3000 e os 30 anos a.C., dividindo-se em 31 dinastias.

embalsamento e conservação. As múmias mais bem conservadas datam do Império Novo (1554 a 1070 a.C.). De realçar que as operações de mumificação eram diferentes, consoante a categoria social do defunto e quanto mais pobre fosse o morto, mais rudimentares eram as técnicas utilizadas. Ainda assim, Lopes da Silva (1979a: p.40) sistematiza esta técnica, a mumificação, explicando que primeiro eram extraídas as vísceras do defunto, seguindo-se a imersão do cadáver em água com carbonato de sódio, de modo a secar o corpo. Posteriormente introduziam-se substâncias aromáticas, antipútridas e absorventes da humidade no interior do corpo e, por último, procedia-se ao enfaixamento do cadáver em longas tiras de pano indutadas de betume, por forma a preservaram o corpo do contato com o ar exterior.

Além da proteção física do corpo, os egípcios valorizavam ainda a proteção mágica e, como tal, dotavam o cadáver de amuletos e traçavam nele linhas e figuras simbólicas. Quanto ao tratamento da múmia, este implicava um caixão decorado com fórmulas mágicas e o funeral era caraterizado por alguma pompa, com a presença de carpideiras. Antes de colocar o caixão dentro do túmulo, tinha lugar uma cerimónia denominada "abertura da boca", "que consistia em entregar magicamente ao defunto o uso dos órgãos do seu corpo" (Tavares, 1995: p.123).

Os egípcios acreditavam na passagem do morto pela grande sala da justiça, que sumariamente consistia numa espécie de julgamento da vida terrena, durante o qual o falecido deveria proclamar inocência acerca de múltiplos pecados. Mediante a decisão do tribunal, assim o falecido entraria ou não "nos seus destinos de felicidade" (Tavares, 1995: p.124). O autor relata ainda que o povo egípcio instituiu o serviço de oferendas ao morto, mediante o qual eram feitas ofertas, depositadas nos túmulos em dias de festa.

A civilização hitita, a mais antiga comunidade indo-europeia[4], que habitava na Ásia Menor (ou Anatólia), praticava já o ritual da cremação dos cadáveres. Esta técnica atingia o maior grau de espetacularidade quando o Rei morria e, segundo os dados existentes, nada aponta no sentido de este povo acreditar na sobrevivência da alma após a morte (Lopes da Silva, 1979a: p.64).

Também a civilização hindu, a mais remota civilização da Índia, incinerava os seus cadáveres, uma conclusão retirada pelos historiadores do facto de os hindus não terem

[4] Povos sediados nos grandes planaltos da Ásia Central e cuja expansão ocorreu durante o II milénio.

qualquer templo ou cemitério. Segundo Lopes da Silva (1979a: p.99), "o facto de não existirem cemitérios faz supor que os cadáveres deviam ser incinerados, lançando-se em seguida as suas cinzas aos rios".

Quanto aos fenícios, que habitaram vários territórios ao longo do corredor sírio-palestiano, subsistem marcas de práticas religiosas no que diz respeito ao culto dos mortos. Segundo Lopes da Silva (1979a: p.83), este povo acreditava na sobrevivência da alma (apelidada de *nefesh*) e na sua necessidade de ser alimentada, sobretudo com água. É por isso que os túmulos fenícios continham vários dispositivos para permitir a passagem de água junto do cadáver. Além disso, ao lado do corpo do falecido eram colocados vários objetos ligados à sua vida terrena.

Os persas, que habitaram o Planalto do Irão, tinham o culto do fogo, algo sagrado e adorado por este povo. Face à pureza do fogo, os persas não queimavam os seus cadáveres e também não os enterravam, por considerarem que iriam conspurcar a terra. Assim, os mortos eram colocados em torres altas, denominadas "torres do silêncio", para que os abutres os destruíssem. Apenas os reis eram enterrados (Lopes da Silva, 1979a: p.90).

A civilização chinesa tinha nos sacrifícios humanos uma forma de culto. Assim, quando morria um nobre os seus colaboradores mais próximos eram mortos também. A descoberta de centenas de esqueletos nas escavações de Anyang, em 1950, confirmaram esta prática e só na dinastia Han (a partir de 221 antes de Cristo) se substitui este costume pelo hábito de colocar pequenas estátuas de cerâmica ou objetos queimados junto do morto (Lopes da Silva, 1979a: p.117).

Na Antiga Grécia habitaram inúmeros povos, alguns dos quais deixaram marcas dos seus ritos fúnebres. É o caso dos Micénios, cuja arquitetura funerária mostra que numa primeira fase os mortos eram enterrados em simples fossas dispostas em círculos e, posteriormente, em grandiosas sepulturas de câmara e corredor (Lopes da Silva, 1979b: p.17).

Já no caso do império romano, e à semelhança de outros povos, subsiste a ideia da continuidade do espírito após a finitude do corpo e é por isso que os habitantes da Antiga Roma consagram oferendas ao morto. A ideia destas ofertas é que o morto se sinta satisfeito e não regresse para perturbar os vivos (Lopes da Silva, 1979b: p.82).

1.1.2 Os modelos da morte desde a Idade Média até à época contemporânea

Ariés estudou a história da morte partindo do pressuposto, já postulado por Edgar Morin, de que havia uma relação entre a atitude do homem perante a morte e o conhecimento de si próprio e da sua individualidade. No entanto, à medida que foi avançando nas suas pesquisas encontrou outras interpretações ligadas à forma como o homem enfrentou a morte ao longo dos séculos, nomeadamente a defesa da sociedade contra a natureza não domesticada, a crença na vida depois da morte e a crença na existência do mal. Ao longo dos modelos que ele encontrou para definir as atitudes perante a morte em várias épocas, o autor procura entender de que modo é que estes quatro temas evoluíram e se modificaram.

A morte domesticada é o primeiro desses modelos e Ariès (2004: p.41) defende que as cerimónias em torno da morte de alguém são uma reação ao facto de não ser possível domesticar a morte, uma vez que esta faz parte da natureza do homem. Assim, e em vez de permitir à morte desenrolar-se na sua extravagância, a comunidade confina-a numa cerimónia, transformada em espetáculo. A comunidade, numa perspetiva de medo da morte, sente necessidade de recuperar após o falecimento de um dos seus membros, não só por estar enfraquecida por esta perda mas, sobretudo, porque a morte de alguém abre uma brecha no sistema de defesa erguido contra a crueldade da natureza. Neste primeiro modelo a vida depois da morte é, essencialmente, um período de espera caraterizado por repouso e paz, com a promessa da ressurreição no final, tal como diz o cristianismo. Para o autor, a morte pode ser ritualizada, domesticada e até despojada da violência cega das forças naturais, mas nunca poderá ser experienciada como um fenómeno neutro, na medida em que será sempre encarada como um infortúnio. Aqui a ideia de maldade está plasmada na ideia do pecado original (Ariès, 2004: p.42).

A exaltação do indivíduo, caraterística da Alta Idade Média, vai traduzir-se na ideia de que o corpo morre e a alma é libertada, numa lógica de imortalidade, que expressa o desejo do indivíduo de afirmar a sua identidade criativa neste mundo e no próximo, bem como a sua recusa de a deixar dissolver-se no anonimato biológico e social (Ariès, 2004: p.42). O autor começa, portanto, por caraterizar a morte domesticada e passa para esta noção da morte do próprio indivíduo, o segundo modelo encontrado pelo historiador, que passa a acentuar a identidade do indivíduo na hora da sua morte. A questão da vida após a morte, acentuada pela noção de imortalidade, e a individualidade, mais vincada neste segundo modelo, são os temas que se modificaram face ao primeiro modelo, enquanto a crença no

mal e a defesa da sociedade contra a natureza não domesticada se mantiveram praticamente intactas. No caso desta última surgiu um novo medo, assente nas caraterísticas assustadoras da face do morto, que foi rapidamente ultrapassado com novos rituais, entre os quais a necessidade de cobrir o cadáver, quer com máscaras, quer com o caixão e o túmulo.

Segue-se o modelo da morte remota e iminente que marcou o século XVIII e trouxe novas mudanças. Desde logo porque a morte deixou de ser imediata, familiar e domesticada, tornando-se gradualmente sub-reptícia, violenta e selvagem. A familiaridade manteve-se apenas através dos ritos mais solenes e do encobrimento do cadáver. Neste novo modelo desenvolvido por Ariès (2004: p.44), a morte, pelo seu afastamento, tornou-se mais fascinante, o que gerou curiosidade, fantasias e até algum erotismo. A morte, antes domada, prepara-se agora para regressar ao seu estado selvagem.

O quarto modelo, a morte do outro, referente ao século XIX, transformou os quatro temas principais que orientaram o estudo de Ariès. Desde logo porque se perde a noção do indivíduo como centro e o medo da morte transfere-se do próprio para o outro, ou seja, a noção de amor aos que lhe estão próximos leva o homem a temer a morte destes, mais até do que a sua própria morte. O luto já não era em relação à morte, mas sim em relação à separação física que ela produz entre os sobreviventes e os que partem. Quanto ao segundo tema, a morte já não era natural nem domesticada, mas também não passou a ser selvagem. Tornou-se parte da beleza da natureza, porque, simultaneamente, deixou de estar associada ao mal e passou a ser um fenómeno originado na própria natureza. A primeira barreira a ser quebrada neste sentido foi o abandono da ideia de inferno e, concomitantemente, a conexão entre o pecado e a morte ou a punição espiritual. Quanto ao terceiro tema, a vida após a morte, nasce no século XIX a ideia do paraíso, entre os praticantes da religião católica, como espaço de reunião daqueles que em tempos viveram juntos na terra (Ariès, 2004: p.45).

O último modelo definido por Ariès é a morte invisível e marca a atualidade, remontando ao século XX e é marcado por uma continuidade em relação ao modelo anterior. Carateriza-se por um sentido de privacidade e intimidade na altura da morte ainda mais rigoroso e por uma mudança: os médicos assumiram o papel da comunidade no cuidado dos moribundos. O autor considera que a noção de comunidade, enquanto cuidadora e responsável pelos seus membros, foi substituída por uma massa indiferenciada e, além

disso, deixou de se sentir a necessidade de defender o indivíduo da natureza não domesticada, uma vez que os avanços tecnológicos tornaram estas ações obsoletas. Assim, de uma forma geral, a sociedade tem uma atitude de vergonha perante a morte e comporta-se como se ela não existisse, daí a ideia de invisibilidade. Por um lado, o mal deixou de estar associado à natureza humana e, ao longo dos séculos, o homem foi percebendo que ele podia ser controlado, mas, por outro lado, a morte não podia ser eliminada do destino do ser humano. Segundo Ariès (2004: p.47), perante esta inevitabilidade, o homem assumiu a derrota e calou-se, ou seja, tentou ignorar a sua existência, o que trouxe a desumanização patente na morte do ser humano no hospital, numa cama, solitário e intubado. Para o historiador isto é um regresso ao estado selvagem da natureza da morte.

1.1.3 A Idade Média: rituais e cerimoniais

Ariès (2010: p.19) começa por situar o seu estudo naquilo a que ele chama de "morte anacrónica", ou "morte domesticada". O autor define estes conceitos como o aviso da morte, que precede o falecimento dos antigos cavaleiros medievais.

> "Primeiro eles são avisados. Não se morre sem se ter tido tempo de saber que se vai morrer. Ou então era a morte terrível, como a peste ou a morte súbita, e era necessário apresentá-la claramente como excepcional e não falar do assunto" (Ariès, 2010: p.20).

O historiador destaca que não havia nada de sobrenatural nestas premonições da morte. Eram antes sinais naturais que convenciam o homem de que iria morrer, ou então uma convicção íntima de que algo de grave iria acontecer. Por a morte ser encarada como algo simples, Ariès (2010: p.22) explica que na baixa Idade Média, conscientes do que lhes iria acontecer, as pessoas recorrem aos "gestos rituais que é necessário fazer quando se vai morrer", nomeadamente deitar-se no chão ou na cama, cruzar os braços sobre o peito e virar a cabeça para oriente, na direção de Jerusalém.

Nesta primeira metade da Idade Média há, então, várias etapas rituais a cumprir: primeiro o pressentimento de que se vai morrer, seguido do ato de pedir perdão, pedir pelos seus parentes e escolher, por vezes, a sepultura. Após o adeus ao mundo dá-se o período de oração, após a qual se aguarda pela morte, esperando que esta seja rápida e não agonizante (Ariès, 2010: pp.79-80).

Confirmada a morte começa um outro ritual: o ritual fúnebre, composto por quatro partes. Primeiro o luto, com manifestações de dor por vezes violentas (rasgar as vestes, beijar

apaixonadamente o cadáver, desmaiar, etc.). Segundo, a absolvição religiosa do defunto, em que parentes pedem pelo morto o que ele próprio já pediu por si mesmo antes de morrer. O cortejo fúnebre é a terceira parte, ou seja, o transporte do corpo no caixão, seguindo um determinado itinerário. Por último, a inumação, "breve e sem solenidade" (Ariès, 2010: p.81). Estes rituais eram comuns a ricos e pobres.

Na alta Idade Média não faltam também cerimoniais interligados com a morte. Guillaume Durand de Mende (*cit. in* Ariès, 2010: p.23) dizia que o moribundo deveria deitar-se de costas, de modo a ficar de frente para o céu e assim cumprir "os últimos actos do cerimonial tradicional", nomeadamente a lamentação da vida, evocando os seres e as coisas amadas. Segue-se a fase do perdão, que deve vir "dos companheiros, dos assistentes, sempre numerosos, que rodeiam o leito do moribundo" (Ariès, 2010: p.23). Após este momento, o moribundo deve então esquecer o mundo e pensar em Deus, rezando em duas partes: primeiro confessa as suas culpas e depois pede a salvação da alma. O padre dará de seguida a absolvição, repetida mais tarde já com o morto na sepultura. Depois desta última oração o moribundo aguarda pacientemente a chegada da morte.

Ariès (2010: pp.24-25) conclui que nesta altura se aguarda a morte no leito e que a morte é "uma cerimónia pública organizada", não só pelo próprio moribundo, que em alguns casos já a preparou antecipadamente, mas por todos os que o rodeiam. Além disso, o lugar onde jaz o moribundo equipara-se a um espaço público, de entrada livre, onde entravam todos, incluindo as crianças. Por último, o autor destaca "a simplicidade com que os ritos de morte eram aceites e cumpridos, de uma maneira cerimonial, é certo, mas sem carácter dramático, sem movimento de emoção excessivo".

Esta atitude perante a morte subsistiu ao longo de séculos. Permaneceu imune a mudanças comportamentais, económicas, geográficas, territoriais e demográficas. Esta familiaridade com a morte pode ser verificada numa maior coexistência entre o mundo dos vivos e dos mortos. Ariès (2010: pp.26-27) lembra que, durante séculos, estes dois mundos se mantiveram separados. Os cemitérios situavam-se fora das cidades, para garantir que não havia qualquer interferência com o quotidiano dos vivos e é apenas no início da Idade Média que se começa a quebrar esta separação, patente na eliminação da distinção entre os espaços das igrejas e dos cemitérios. O interior dos edifícios religiosos passou então a acolher as sepulturas dos defuntos.

> "O espectáculo dos mortos, cujos ossos afloravam à superfície dos cemitérios como o crânio de Hamlet, não impressionava mais os vivos do que a ideia da sua própria morte. Estavam tão familiarizados com os mortos como com a sua própria morte" (Ariès, 2010: p.31).

Esta atitude de familiaridade não se alterou de um ano para o outro, antes se foi modificando lentamente no final da Idade Média. O autor explica como se processaram as "modificações subtis que, pouco a pouco vão conferir um sentido dramático e pessoal à familiaridade tradicional do homem e da morte" (Ariès, 2010: p.33).

Ariès (2010: p.33) começa por salientar que o Homem da Idade Média se submetia à morte pois esta era "uma das grandes leis da espécie" e, como tal, o ser humano não procurava evitá-la nem exaltá-la, mas aceitava-a como justa. Segundo o autor, esta noção de "destino coletivo da espécie", sendo alterada pela ideia da particularidade de cada indivíduo, foi sendo cimentada através de um conjunto de mudanças. Entre os fenómenos de mudança elencados por Ariès (2010: pp.34-45) estão os seguintes:

1. A representação do juízo final – O autor analisa a evolução das imagens e representações nos túmulos dos falecidos e até nas igrejas, concluindo que as cenas representadas começam a evocar o juízo final, enquanto julgamento perante Deus, em que cada homem é julgado pelas suas boas e más ações, algo que se reflete no lugar para onde irá após a morte. Esta iconografia acentua a dimensão individual da prestação de contas pelos atos em vida e marca uma ideia de "biografia individual".
2. O quarto do moribundo – A iconografia da Idade Média mostra que o leito de morte é representando pelo moribundo deitado na cama e ladeado por parentes e amigos, onde figuram ainda seres sobrenaturais na cabeceira do doente. Encontram-se, em alguns casos, representações que remetem não para um juízo final, mas para uma espécie de balanço de vida, onde Deus não é o juiz, mas sim uma testemunha, representada do lado oposto de Satanás. Ariès considera que uma das interpretações desta imagem poderá ser a luta cósmica entre o bem e o mal, disputando o moribundo. Porém, através das legendas que acompanham as imagens conseguimos perceber que, na realidade, se trata de uma última prova, nos momentos que antecedem a morte, em que o doente verá a sua vida inteira, numa espécie de síntese que mostra o que ela teve de bom e de mau. Está aqui subjacente a ideia do julgamento individual da vida de cada um no seu leito de morte, em contraste com o que anteriormente era apenas percebido como um rito coletivo que marcava as

últimas horas do moribundo junto dos seus entes queridos. Além disso, a "biografia da vida particular", como a define Ariès, está próxima da morte, na medida em que o Homem revê toda a sua vida no instante antes de morrer e a sua atitude nesse momento pode ditar o seu destino ante o juízo final.

3. O "*transi*" – Traduzido à letra, *transi* significa trespassado, transido ou enregelado e o termo é aqui utilizado para falar do cadáver representado na arte e na literatura. Até ao século XVI era raro encontrar esta representação na iconografia do cadáver, sendo mais frequente encontrar nos túmulos a imagem do moribundo. É a partir do século XVII que o cadáver e a múmia surgem na iconografia, sinal do amor pela vida, uma vez que o Homem vivia atemorizado pela certeza que ia morrer e esse horizonte, sempre presente, "destruía as suas ambições, envenenava os seus prazeres" (Ariès, 2010: p.41).
4. As sepulturas – A individualização das sepulturas é o último dos fenómenos que contribui para o abandono da ideia da morte como destino coletivo da espécie. Se durante a Roma Antiga as inscrições nas sepulturas serviam para conservar a identidade do túmulo e a memória do desaparecido, a verdade é que essas inscrições começam a escassear no início da Idade Média e eventualmente desapareceram em alguns locais. As sepulturas anónimas, contrárias à ideia de individualidade da morte de cada um, vão dar lugar ao regresso das inscrições funerárias, primeiro nos túmulos dos ilustres, a partir do século XII, e depois nas sepulturas de todos os defuntos. As inscrições de quem foi a pessoa visam, sobretudo, conservar a sua identidade após a morte e, no caso dos santos e ilustres, a sepultura comporta ainda uma escultura que retrata o falecido.

"A morte converteu-se no lugar onde o homem tomou melhor consciência de si mesmo", diz-nos Ariès (2010: p.41), concluindo que, com a junção dos fenómenos acima enumerados, se o homem da baixa Idade Média se resignava "sem dificuldade de maior à ideia de que somos todos mortais", a partir de meados da Idade Média, "o homem ocidental rico, poderoso ou letrado" passou a reconhecer-se a si mesmo na sua morte: "ele descobriu a morte de si próprio" e com isso alguma inconformidade (Ariès, 2010: p.45).

Nesta fase, Ariès (2010: pp.83-84) destaca a diferença entre ricos e pobres, na medida em que os bens materiais passam a ter um papel importante na morte. A salvação está dependente do que o morto leva com ele, seja em doações ou em testamentos cumpridos

após a morte. O historiador aponta também a substituição do ritual do luto, expresso em dor e gritos, pela récita do ofício dos mortos, a cargo dos monges. As missas que acompanham os últimos instantes de vida, a morte e o cerimonial fúnebre também são uma marca desta Alta Idade Média e é esta componente mais religiosa que irá marcar a transformação dos funerais ao longo dos séculos. Também nesta altura se introduz o ritual do corpo presente: em vez de conduzir o corpo diretamente à inumação, este é colocado no altar, durante uma missa celebrada em honra do defunto (Ariès, 2010: p.91). Além disso, a dor da perda passa a exprimir-se menos nas atitudes dos enlutados (gestos e gritos) e mais na cor do vestuário: o preto.

O cariz cada vez mais religioso dos rituais fúnebres é notório na quantidade de membros do clero que incorporavam os funerais, que deixaram de ter cortejos compostos apenas por amigos e familiares, para passarem a incluir uma procissão solene e religiosa, onde constavam, também, os carpidores. Quanto mais rico o morto, maior número de elementos do clero presentes no seu funeral. Parte deste ritual incluía também os pobres, pois, segundo Ariès (2010: p.93), a pobreza devia estar presente, não só para ser socorrida e um pouco amenizada, mas também para ser visível, como uma espécie de "espectáculo de uma compensação necessária".

A distinção entre funerais de pobres e ricos é cada vez maior e, muitas vezes, os mais desfavorecidos não tinham, sequer, missa ou cortejo fúnebre. A ideia de solidão e de abandono da alma está presente neste esvaziar das cerimónias dos pobres e, por isso, já na Alta Idade Média, começa a estender-se o movimento de caridade aos enterros da população mais pobre. Matar a fome dos esfomeados, dar de beber aos que têm sede, vestir os nus, alojar os peregrinos, visitar os doentes e os presos faziam parte da missão das obras de misericórdia, agora também dedicadas a proporcionar um enterro aos pobres. Assim, as confrarias passam também a dedicar-se dar honras de igreja e solenidade aos enterros da população desfavorecida. Ariés recorda que esta discrepância entre pobres e ricos encontrava uma justificação divina para a sociedade medieval:

> "Na sociedade hierarquizada do final da Idade Média, os ritos das exéquias respeitavam e prolongavam o estado que Deus tinha imposto ao defunto desde o seu nascimento. Competia a cada um, como um dever, manter durante e vida e também após a morte […] a condição ou a dignidade atribuída" (Ariès, 2010: p.95).

Davies (2005: p.162) nota, a este propósito, que a condição social dos vivos também se refletia no espaço arquitectónico dos seus cadáveres.

Norbert Elias (1987: p.22) põe em causa a validade de algumas das ilações tiradas por Ariès na sua cronologia das atitudes do homem perante a morte ao longo do tempo, sustentando, no entanto, ter como certo que na Idade Média se falava com mais frequência e mais abertamente sobre a morte do que na atualidade. O autor diz que naquela época morrer era para jovens e velhos e que acontecia de um modo mais familiar do que oculto, por ser um fenómeno omnipresente. Ainda assim, o autor sublinha que isso não significa que se morresse mais em paz e considera também que o medo da morte aumentou com o avançar da Idade Média. Refere ainda que a única coisa que poderia, no passado, ser mais reconfortante em relação à morte, era a presença de outras pessoas na hora de morrer e, ainda assim, isso dependia da atitude de cada grupo da sociedade medieval.

O autor critica ainda Ariès por este falar pouco do medo do inferno que a Igreja da época medieval acalentava, facto sustentado na existência de imagens e pinturas que ilustram esse horror. Demarcando-se assim do historiador francês, conclui apresentando uma visão alternativa. Considera que a vida na sociedade medieval era mais breve e os seus perigos menos passíveis de controlo, a morte era mais dolorosa e a culpa, o medo e a ideia do castigo ante a morte constituíam parte da doutrina dos indivíduos (Elias, 1987: p.24).

1.1.4 A morte na modernidade

Ariès assinala o aparecimento de mudanças significativas, registadas no século XVIII, altura em que o conceito de morte romântica e retórica deixa, progressivamente, de ser a nossa própria morte e passa a ser a morte do outro. Como referimos anteriormente, assistimos à passagem da morte mais individual, entre os séculos XVII e XVII, para um interesse cada vez maior na morte dos outros face à nossa própria morte, a partir do século XVIII. Ariès (2010: p.47) acredita que um elemento de erotismo passou a estar associado à morte no final da Idade Média e início da Idade Moderna. Justifica esta nova atitude com a iconografia da altura e as representações "erótico-macabras" do espetáculo da morte. Tal como o ato sexual, também a morte começa a ser encarada pelo homem como uma transgressão "que arranca o homem à sua vida quotidiano, à sua sociedade racional, ao seu trabalho monótono, para o submeter a um paradoxismo e o lançar então para um mundo irracional, violento e cruel" (Ariès, 2010: p.48).

Nasce então a ideia de ruptura associada à morte, que começa a desenvolver-se no mundo dos fantasmas eróticos e vai passar para o mundo real, onde ganha uma vertente romântica: uma morte não desejada, mas admirada pela sua beleza e, por isso, romantizada. Apesar de se manter o cenário do moribundo rodeado por uma assistência variada, ao longo das décadas começam a ressurgir neste cenário atitudes mais emotivas (por exemplo choro) e uma componente dramática. "É claro que a expressão de dor dos sobreviventes é devida a uma intolerância nova em relação à separação", diz Ariès (2010: p.49), acrescentando que a perturbação vai além destes momentos, na medida em que "a simples ideia da morte é comovente" (*idem*).

A primeira grande mudança registada a partir do final do século XVIII refere-se à complacência com a ideia de morte. A segunda grande mudança regista-se no plano da relação entre o moribundo e a família (Ariès, 2010: p.51). Esta relação é patente nas transformações que sofreu o testamento: numa primeira fase como um meio de afirmar pensamentos e convicções, modificando-se gradualmente, sobretudo a partir da segunda metade do século XVIII, e tornando-se naquilo que é hoje: "um acto legal de distribuição de fortunas" (Ariès, 2010: p.52). O historiador explica que isto está relacionado com outras alterações, nomeadamente no que toca ao luto das pessoas perante a morte de um familiar. Se durante a Idade Média a atitude perante a morte de pessoas queridas assentava numa série de regras e convenções, a partir do século XIX começamos a perceber uma forma de chorar os mortos mais emotiva e ostensiva. "O século XIX é a época dos lutos que o psicólogo de hoje classifica de histéricos", diz Philippe Ariès (2010: p.53), explicando que este exagero no luto representa a dificuldade em aceitar a morte dos outros, mais do que a nossa própria morte.

Esta forma de vivenciar a morte expressa-se na forma de tratar os túmulos e os cemitérios, sobretudo na Europa Católica ortodoxa. Se na Idade Média os mortos eram entregues à igreja e não era importante o local onde eram sepultados, gradualmente isso foi mudando. A preocupação com as sepulturas começa a surgir na segunda metade do século XVIII. "É então que a concessão de sepultura se converte numa certa forma de propriedade, subtraída ao comércio mas com uma garantia de perpetuidade" (Ariès, 2010: p.55). A partir daqui começa a ser notório o costume de visitar o túmulo do falecido, evocando-o e cultivando a sua recordação. A celebração junto do túmulo do morto e os momentos festivos junto dele

são comuns a outras culturas. Acontecem nas Filipinas, na Coreia e em algumas comunidades africanas.

1.1.5 Das mudanças perante a morte à época contemporânea

Philippe Ariès descreve, em seguida, os rituais e as formas de viver a morte na época contemporânea, sem esquecer que as mudanças que se verificaram ao longo dos séculos foram tão graduais que não nos apercebemos delas. Ainda assim, no século XX, o autor identifica novas mudanças que o levam a classificar a morte como "interdita" (Ariès, 2010: pp.61-71). É o caso da mentira dita ao doente, para o poupar de assumir a sua provação e para impedir a interrupção da vida feliz com a infelicidade da morte. Outra das mudanças significativas operadas nesta altura tem a ver com o facto de as pessoas passarem a morrer no hospital e não em casa, o que significa que a morte passa a ser percebida como um fenómeno técnico. Os ritos funerários também foram modificados, reduzindo-se o número e dimensão das operações para fazer desaparecer o corpo. "Importa antes de mais que a sociedade, os amigos, a vizinhança, os colegas, as crianças, se apercebam o menos possível da passagem da morte", considera Ariès (2010: p.64).

O caráter discreto das manifestações de luto é, por isso, a marca dos ritos fúnebres atuais. Este processo decorre a par com a diminuição das visitas aos túmulos, outra das lentas transformações apontadas pelo autor, que identifica ainda a cremação como mais um sinal desta mudança. O ressurgimento da cremação data de 1860, década em que na Europa se começou a debater este método como modo de lidar com os cadáveres, quer pela sobrelotação dos cemitérios, quer pela questão higiénica, visto que muitos corpos em decomposição enterrados junto à igreja exalavam um odor desagradável. No início do século XX a cremação era ainda prática de uma minoria, mas na década de 60 a Inglaterra já cremava mais mortos do que aqueles que enterrava e, no início do século XXI, a percentagem de cadáveres cremados atingia já os 70% (Davies, 2005: pp.84-85). Os países com uma história cultural católica mais acentuada resistiram até mais tarde a esta prática por considerarem "a cremação como uma expressão de secularização" e "uma atitude anticristã". Desde 1963 que a Igreja Católica dá aos seus fiéis a liberdade de optar pela cremação do próprio corpo, embora prefira a antiga tradição cristã da sepultação.

Ariès (2010: p.68) destaca ainda o ritual do embalsamento (tradição que vigorava na Europa no século XVIII) e que os norte-americanos adotaram como modo de prolongar a aparência de vida do cadáver e não para impedir a putrefação do corpo. Um dos sentidos

do embalsamento no *american way of death* pode ser "uma certa recusa de admitir a morte" ligada a uma tentativa de com ela lucrar. O autor explica, assim, que "para vender a morte é preciso torná-la desejável" (Ariès, 2010: p.69), o que justifica o papel desempenhado pelos *funeral directors*, que visam ajudar os familiares e amigos a sobreviver à morte do ente querido, no menor tempo possível. O historiador faz aqui um paralelismo com a forma de encarar a morte na Inglaterra de hoje e que consiste na "supressão quase radical de tudo quanto evoca a morte". Ainda assim, o caso americano apresenta a particularidade de não fazer desaparecer a morte, mas antes sublimá-la e disfarçá-la.

Esta fuga perante a morte não significa uma indiferença em relação aos mortos, mas sim o contrário. Trata-se apenas da expressão do "interdito", a fim de preservar a felicidade, que se traduz numa série de ações que agora não são praticadas e anteriormente eram "obrigatórias". Esta concepção é baseada na primeira formulação da morte como tabu, feita por Geoffrey Gorer, que será tratada mais adiante neste trabalho. A morte como interdito é também uma realidade nos Estados Unidos da América, ainda que aqui se tenha revelado mais tardiamente.

Segundo Ariès (2010: p.110), o medo da morte acontece apenas em finais do século XVIII e inícios do século XIX, por contraposição com a familiaridade que a caraterizou durante toda a Idade Média e parte da Idade Moderna, como vimos acima. O historiador sustenta que esta mudança se deu num plano do imaginário (medo de ser enterrado vivo) e passou para o domínio mais factual (ameaça da morte aparente). Numa segunda fase o medo vai-se manifestar através da repugnância de representar o morto e o seu cadáver, ainda que tenha subsistido uma atenção dada à beleza física do morto, lugar-comum das mensagens de condolências até aos dias de hoje.

1.1.6 Traços distintivos nas sociedades contemporâneas

As mudanças e evoluções que os rituais e formas de enfrentar a morte foram sofrendo com o passar dos séculos e de acordo com as crenças das diversas comunidades, foram também objeto de análise de Norbert Elias. O autor (Elias, 1987: p.10) diz que o problema social da morte é difícil de resolver, uma vez que os vivos têm dificuldade em identificar-se com os que estão a morrer. Lembrando que a morte é um problema dos vivos e, em concreto, do Homem, pois é o único ser vivo que sabe que vai morrer, Elias (1987: p.11) sublinha que o que cria o problema não é a morte, mas sim o facto de o Homem saber que ela existe. É a

ideia coincidente com a teoria de Davies (2005: p.25): "o primeiro encontro de uma pessoa com a morte faz-se através da morte dos outros". Tal como afirmam Murray Parkes, Laungani e Young, "apesar de todos os avanços da ciência moderna, 100% das pessoas ainda morrem" (2003: p.16). Os autores consideram que nas sociedades ocidentais não só não temos capacidade para enfrentar a morte, como também temos vindo a assistir a uma perda de importância dos rituais que a acompanham.

> "Os tradicionais costumes de luto têm sido largamente abandonados e os rituais de cremação ou enterro dos mortos perderam muito do seu significado emocional que, no passado, muitas vezes, fez deles fonte de conforto para os indivíduos de luto, em vez de se transformarem numa provação" (*idem*).

Norbert Elias sustenta que nas sociedades modernas o homem está mais seguro face à morte, quer pelo desenvolvimento da ciência, quer pelo aumento da esperança média de vida. O perigo da morte é, assim, mais previsível e é, por isso, mais fácil esquecermo-nos dela no nosso dia-a-dia. Isto não significa que não exista medo do desconhecido, mas sim que existe uma forma de lidar com a morte e de a afastar dos nossos pensamentos (Elias, 1987: p.14).

Neste quadro, Elias define uma dupla repressão do pensamento da morte. Por um lado, no plano individual, através de mecanismos de defesa psicológicos em que o indivíduo tenta esquecer recordações demasiado dolorosas, sobretudo da infância (1987: p.16). É o medo perante a eventualidade que nos impede de oferecer ajuda aos moribundos, porque a morte deles representa a certeza da nossa própria morte. Por outro lado, no plano social, a morte é hoje encarada como um dos perigos da vida humana (Elias, 1987: p.20).

Becker (2004: pp.22-23) recorda que, apesar das diferenças entre cultos e ritos, há um elemento comum a todas as religiões: a existência de um herói, cujo ato supremo foi o de regressar do mundo dos mortos[5]. No caso do cristianismo essa figura é encarnada por Jesus Cristo, que ressuscitou três dias após a sua morte. O medo da morte encontra assim estes subterfúgios entre os povos e o autor elenca duas posturas face à origem desse medo. Segundo Becker, alguns estudiosos defendem que o medo da morte não é natural, mas sim algo que se adquire posteriormente. Esta atitude, que ele designa por o argumento das mentes saudáveis, postula, em primeiro lugar, que o medo não é natural, mas sim

[5] Todas as traduções de textos em língua estrangeira, na presente tese, são da nossa responsabilidade.

desenvolvido em cada indivíduo enquanto criança, ou seja, é algo que a sociedade cria e que o ser humano vai assimilar, criando mais ou menos ansiedade em torno deste medo, consoante as suas próprias experiências pessoais (Becker, 2004: p.25). Em segundo lugar temos o argumento das mentes mórbidas, segundo o qual o medo da morte é natural e está presente em cada indivíduo, apesar de muitas vezes isto não ser visível, na medida em que não se fala dele. Neste sentido, autores como Zillboorg (*cit. in* Becker, 2004: p.26) defendem que o medo da morte deve estar presente na nossa vida normal, como forma de garantir que o organismo vai estar vigilante no que toca à sua auto-preservação. Face a estas duas formas de olhar a questão, Becker (2004: p.30) defende que nenhuma delas prevalece, uma vez que podemos encontrar argumentos válidos em cada uma destas visões e elas até se podem complementar.

Para Norbert Elias (1987: p.33) outra das caraterísticas da sociedade contemporânea no que toca à morte é o sentimento de embaraço dos vivos perante os moribundos e o facto de não saberem o que dizer naquela hora tão próxima do final da vida. Considerando que o léxico de palavras a utilizar nesta situação é reduzido, o autor lembra ainda que, as próprias pessoas que estão a morrer podem sentir-se abandonadas enquanto ainda estão vivas. Considerando que hoje a morte é um ato mais informal, o autor sustenta que as fórmulas tradicionais e rituais do que deve ser dito podem ser embaraçosas e que se espera da pessoa viva, perante aquela que está a morrer, uma maior capacidade de encontrar o gesto e a palavra adequados (Elias, 1987: p.38). Conclui, por isso, que como problema humano e social, hoje é mais difícil encarar a morte e que a oferta de gestos de ternura e afeto é menos natural, fruto também do tabu que a sociedade impõe ao ato de expressar sentimentos. Nesta linha de pensamento, as próprias representações imagéticas e literárias que foram sendo produzidas ao longo da Idade Moderna contrariam o sentimento atual de vergonha e embaraço. Por isso mesmo, séculos antes, se falava da morte, dos túmulos e de todos os detalhes do sepulcro, ao mesmo tempo que se contemplava o cadáver humano, enquanto hoje se afastam os moribundos da vista dos vivos, da forma mais higiénica possível.

A atitude de afastar os mortos está relacionada com o facto de hoje em dia não serem os familiares a tratar dos cadáveres nem das sepulturas, mas sim especialistas contratados para o efeito (Elias, 1987: p.40). O autor chama ainda a atenção para a pacificação das sociedades perante a morte, no sentido em que a encaramos como algo tranquilo que

sucede na cama, fruto de uma doença ou de velhice (1987: p. 61). A morte violenta, sobretudo quando causada por seres humanos, é a exceção e encaixa na categoria do crime.

Outras das peculiaridades das sociedades atuais apontadas por Elias (1987: p.66) é a individualização perante a vida e perante a morte, no sentido de que cada indivíduo vive por si e atribui aos seus feitos em vida um determinado significado que pode não ser partilhado pelos outros membros da sociedade. Esta tendência de individualização é, segundo o autor, comum aos moribundos. A ideia de morrermos sozinhos pode, aliás, ser vista como caraterística das diferentes sociedades ao longo dos tempos, com início a partir do Renascimento (Elias, 1987: p.74).

Assim, e segundo Norbert Elias (1987), a morte, que era algo público e social no passado, tem hoje em dia um cariz mais privado. De facto, como veremos mais à frente, em vários países do Norte da Europa a morte assume um caráter tão privado em que só participam no funeral aqueles que são expressamente convidados.

Kellehear (2007: p.251) defende que, nos últimos dois milhões de anos, a morte tornou-se mais privada, ao mesmo tempo que o seu reconhecimento foi sendo mais controlado e definido publicamente. Esta privatização da morte é visível no facto de na Pré-história o falecimento de alguém ser um assunto que dizia respeito a toda a comunidade, sendo que uma grande quantidade de pessoas de envolvia nas cerimónias. A despedida da vida passou depois para a beira da cama do moribundo, onde estava apenas rodeado de familiares de amigos. A passagem do moribundo para a cama do hospital tornou a hora da morte ainda mais privada, ao mesmo tempo que o controlo dessa mesma morte passou a ser da responsabilidade de organizações do domínio público, como lares e hospitais, e não da comunidade ou família, como acontecia anteriormente.

1.1.7 A importância da imagem

A morte de alguém tem, desde sempre, reflexo numa representação visual, que está relacionada com as diferentes culturas e tradições. Efígies, máscaras, pinturas e a própria fotografia foram, ao longo dos tempos, formas de representar o defunto, ao mesmo tempo que "evocam uma presença material e visual que ocupa o espaço deixado pelo defunto" (Soares, 2007: p.19). Esta representação visual da morte está relacionada com a memória, quer individual, quer coletiva. Segundo Davies (2005: p.143), desde o século XVI, pelo

menos, que a cultura artística europeia valorizou as diferentes representações visuais dos mortos.

Desde a invenção de Daguerre, que esse papel foi sendo assumido pela fotografia. A importância da fotografia é, aliás, visível no facto de, hoje, ela integrar os elementos que ajudam a recordar a pessoa que morreu, na medida em que os túmulos, além das inscrições fúnebres, comportam uma vertente imagética do defunto. São fotografias que representam os mortos quando eles estavam vivos e que têm a função de preservar a memória do ente querido que partiu. De facto, a fotografia no século XIX permitiu a representação direta dos mortos, numa lógica de imediatismo. A colocação de fotografias sobre as lápides foi um costume importado para o Reino Unido pelos filhos dos emigrantes italianos e polacos que ali morreram durante a década de 50 do século XX. Os filhos dos falecidos procuraram sepultá-los segundo os rituais familiares da terra natal, onde se incluía a colocação da fotografia sobre a lápide (Davies, 2005: p.139). Está aqui subjacente uma ideia de personalização da memória.

Regis Debray (1994) faz uma antologia da imagem associada aos ritos funerários, quer no que toca a desenhos, quer nas representações como estátuas ou máscaras de cera. O autor diz que as religiões fundadas no culto dos antepassados desde sempre quiseram que os seus mortos sobrevivessem em imagem e que a própria percepção que temos da morte não deixa de ser uma imagem que criamos dela. O autor (1994: p.25) considera que cada povo tem uma forma própria de encarar e tratar a morte. Sublinha, no entanto, que para ser considerada civilização, cada povo deve ter cultos e rituais em relação à perda dos seus semelhantes.

Debray (1994: p.30) considera que a imagem, primeiro esculpida e mais tarde pintada, desempenha uma função mediadora entre os vivos e os mortos. É, sustenta, o contrário de um objeto de luto. Por sua vez, Davies (2005: p.142), considera que "a colocação de imagens dos mortos nas lápides possibilita, todavia, uma maior personalização da memória e complementa, de algum modo, o espaço público do túmulo".

Ariès (2010: p.102) descreve a prática das máscaras mortuárias, que se iniciou no século XII e visava representar de forma fiel o morto. Assim, era moldada uma máscara sobre o rosto do morto para que a sua representação fosse semelhante, não como forma de horrorizar, mas como representação do real, que antecedeu a fotografia. A partir do século

XIV há um número crescente de efígies europeias, sobretudo de personalidades influentes, como monarcas, soldados e bispos, que eram colocadas no interior das igrejas, muitas vezes acompanhadas de figuras esqueléticas a seus pés, como forma de simbolizar o estatuto da personalidade, a um nível superior, e a morte a um nível inferior (Davies, 2005: p.136).

Com o surgimento do Renascimento, marcado por uma forte expressão artística, a morte ou as pessoas que morreram começam a ser alvo de representação pictórica. É o caso das famílias ricas dos Países Baixos que retratavam os seus familiares mortos com bastante realismo.

1.2 Os ritos da morte pelo olhar da Antropologia

O objeto de estudo da Antropologia define-se nas "unidades sociais coerentes e de fraca amplitude que ou constituem uma amostra representativa da sociedade global que se deseja apreender (…) ou então têm uma situação original pela sua subcultura específica" (Rivière, 2011: p.17). Considerando que a morte é um património ideológico e sociológico de muitas culturas, interessa-nos compreender em que medida o olhar da Antropologia converge com outras disciplinas, como a Sociologia e a História.

A vertente da Antropologia religiosa será aquela que mais nos irá interessar aprofundar, por ser a disciplina que mais se debruça sobre os ritos fúnebres. Dado que os meios de comunicação social também adotam os seus próprios procedimentos no que toca à morte como notícia, pretendemos estabelecer um paralelismo entre os rituais antropológicos ligados à religião e os rituais mediáticos impostos quer pelos *media*, quer pelo público.

Tal como define Rivière (2011: p.140), "a antropologia religiosa estuda o homem, construtor e manipulador de símbolos, na sua relação com o que ele julga ser o sobrenatural ou o sagrado". A Antropologia religiosa está também relacionada com os mitos, "bases do credo de um povo, quanto aos seus deuses, quanto à origem de certos factos perturbadores no mundo, como sejam a vida e a morte e quanto às relações do homem com o sagrado" (Rivière, 2011: p.148). O mito pode explicar a razão de ser e a ordem das coisas, ainda que essa explicação seja esotérica, "fornecendo as bases de comportamentos morais e rituais" (*idem*). É nestes comportamentos morais e rituais que se situam as atitudes perante a morte e os ritos que daí advêm.

Osswald (2013: p.11) diz, aliás, que "os paleontólogos apontam o culto dos mortos como indício da hominização" visto que o Homem é o único animal que homenageia os seus mortos, que lhes dá uma morada final e que entende a morte, para si próprio, como uma inevitabilidade. No que diz respeito aos ritos funerários, estes congregam muita da dignidade que é devida ao morto, face ao que ele foi em vida. Segundo Davies, "falar da dignidade do morto é assinalar o respeito que lhe era prestado durante a vida, para indicar que algumas obrigações se mantêm" (2005: p.81).

Regressando à definição da vertente religiosa de rito, Rivière (2010: p.157) destaca que a articulação entre ritos e crenças dá origem ao culto, "conjunto de marcas de submissão e de deferência para com um poder sacralizado que se venera". Aqui se integra o culto dos mortos, que muitas vezes implica o tratamento do cadáver através de meios como a purificação, exposição ou verificação do corpo.

1.2.1 Ritos de passagem

Vários antropólogos e sociólogos estudaram os ritos de passagem, considerando a vida do homem como uma sucessão de estádios naturais com inícios e finais semelhantes: nascimento, puberdade, casamento, parentalidade, ascensão social, ocupação profissional especializada e morte. Para cada um destes estádios há cerimónias, cujo propósito é permitir ao indivíduo passar de uma posição definida para outra igualmente bem definida. São "ritos que acompanham toda a mudança de lugar, estado, posição social e idade" (Turner, 1974: p.116), ou seja, falamos de um conjunto de comportamentos e rituais, contidos no rito, que assinalam uma mudança de *status*.

O antropólogo Arnold Van Gennep (1977), nos seus estudos sobre os rituais humanos, fala-nos deles como elementos de transição dos indivíduos nos seus diferentes estádios da vida, como são o caso das cerimónias, dos casamentos ou dos funerais. Quando fala em ritos de passagem, o antropólogo refere-se à transição de uma situação para outra, ou de um mundo para outro. Estes podem ser subdivididos em ritos de separação (preliminares), ritos de margem (liminares) e ritos de agregação (pós-liminares).

> "Os ritos de separação são mais desenvolvidos nas cerimónias dos funerais; os ritos de agregação nas do casamento. Quanto aos ritos de margem, podem constituir uma secção importante por exemplo na gravidez, no noivado, na iniciação, ou se reduzirem ao mínimo na adoção, no segundo parto, no novo casamento, na passagem da segunda para a terceira classe de idade, etc." (Van Gennep, 1977: pp.29-30).

Van Gennep (1909: p.213) entende o luto como um período de transição para os sobreviventes, período no qual eles entram através de ritos de separação, e do qual emergem através de ritos de reintegração na sociedade (ritos de levantamento de luto).

Van Gennep (1977) não tem como objetivo uma classificação rígida dos rituais e admite mesmo que tal não é possível. Centremo-nos no capítulo sobre os funerais e como estes agregam os três tipos de ritos definidos pelo autor. O antropólogo (Van Gennep, 1977: p.129) começa por defender que a morte é um estado de margem para aqueles que sobrevivem ao morto. O luto assume-se assim como um período de transição, no qual os sobreviventes entram através dos ritos de separação do falecido e saem através de ritos de reintegração na sociedade, que correspondem aos ritos da suspensão do luto. "Durante o luto os vivos e o morto constituem uma sociedade especial, situada entre o mundo dos vivos de um lado, e o mundo dos mortos, do outro, da qual os vivos saem mais ou menos rapidamente conforme fossem mais estreitamente aparentados ao morto" (*idem*). No caso, a viúva ou o viúvo serão aqueles que mais se demoram neste mundo especial, do qual só saem através de ritos próprios. Para Van Gennep os ritos de suspensão do luto (patentes, por exemplo, no tipo de vestuário) são ritos de reintegração na vida social, uma vez que durante o luto a vida social está suspensa. Esta pausa que carateriza o luto é tanto maior quanto mais estreita for a relação com o morto e quanto mais elevada for a situação social do falecido. Assim, a morte de um chefe de Estado ou líder atinge toda uma sociedade.

Quanto ao período de margem, onde se incluem os sobreviventes, é caraterizado pela manutenção do corpo em câmara ardente, seja numa casa mortuária ou na própria habitação (Van Gennep, 1977: p.130). Segundo o antropólogo (Van Gennep, 1909: p.214), o período de transição nos ritos funerários é marcado de forma física, numa primeira fase, com a presença do corpo na casa do falecido, seguindo-se depois o sepulcro. Hoje em dia, este ritual tem equivalência ao velório, ou missa de corpo presente, que antecede o enterro propriamente dito. Mas o autor lembra que, para outros povos, este período de transição é sistematizado nas "comemorações" da semana, mês ou ano da morte. Estas celebrações têm paralelo com a natureza dos ritos de aniversário do casamento ou do nascimento. Atualmente, as efemérides da morte continuam a ser marcantes para as sociedades, que assinalam assim a perda dos seus entes queridos e os tornam presentes através da memória.

Embora o autor sublinhe que não procura reivindicar uma universalidade ou necessidade absoluta em termos do padrão dos ritos de passagem, ele apresenta uma lista de ritos de

passagem presentes em comunidades com localizações tão díspares como a Rússia, a Índia, o antigo Egito, a antiga Grécia, a Austrália, a Califórnia ou o continente africano. Entre os exemplos dados por Van Gennep (1977: p.132), estão os ritos fúnebres em Madagáscar, onde se espera pela putrefação da carne para enterrar o esqueleto do cadáver, ou as cerimónias fúnebres que duram vários dias ou até meses, como em Toda, na Indonésia. A diversidade de ritos dita também diferenças no tratamento consoante o sexo: o luto dura cinco meses para o homem e quatro meses para a mulher, no seio dos Ostiake de Odborsk. Há ainda os ritos de passagem associados à partida deste mundo e viagem para o mundo além-túmulo. Independentemente da concepção acerca do mundo para onde parte o falecido, certo é que são muitos os povos que acham importante muni-lo de elementos e objetos (roupa, alimentos, armas ou amuletos) antes da sua viagem, tal e qual como se se tratasse de um viajante vivo (Van Gennep, 1977: p.133).

São muitos os ritos enumerados por Van Gennep, sendo comum a todos eles a ideia de encerramento de um ciclo, a ajuda à passagem da vida terrena para outro mundo e o regresso dos sobreviventes à vida em sociedade. Tudo isto pode ter durações diferentes, particularidades, crenças, ideologias e cerimónias distintas. Muitos destes povos acreditam que o Homem não morre verdadeiramente se não passar pelos rituais caraterísticos daquela comunidade. Tal como afirma Van Gennep (1977: p.138), "os indivíduos para os quais não foram executados os ritos fúnebres, assim como as crianças não batizadas ou que não receberam nome, ou não foram iniciadas, são destinados a uma existência lamentável, sem poder jamais penetrar no mundo dos mortos nem se agregarem à sociedade aí constituída". É por isso que nos casos de suicídio os ritos fúnebres são, muitas vezes, diferentes.

Após a descrição exaustiva de muitos dos ritos existentes em vários pontos do globo, o antropólogo elenca os principais ritos de separação, agregação e agregação ao outro mundo. No que toca à separação, são exemplo os procedimentos que visam transportar o cadáver, a extinção dos seus haveres (que muitas vezes são queimados) e a morte das mulheres, escravos e animais que lhe pertenceram. O autor enquadra aqui, como procedimentos efetivos de separação, o fosso, o caixão, o cemitério, a grade, as árvores e os montes de pedra. Aqui se encaixam ainda os ritos coletivos de expulsão das almas da casa, da aldeia e da tribo. É o caso das lutas pelo corpo do morto, nomeadamente em comunidades onde a perda de um dos seus membros representa uma diminuição da sua

força social[6]. Ainda neste âmbito incluem-se os rituais de destruição do corpo, desde a cremação à putrefação. Por serem rituais de destruição e não de afastamento do corpo, está excluído o enterro.

Quanto aos ritos de agregação, Van Gennep (1977: p.141) aponta vários tipos: os banquetes, refeições e cerimónias que visam ligar toda a comunidade de sobreviventes na ausência da pessoa falecida; as celebrações realizadas quando o luto é levantado; e os ritos de agregação ao outro mundo, de que são exemplos a extrema-unção cristã, o depositar do morto no chão ou as danças dos mortos, executadas em certas tribos. Neste campo existem ainda os tabus, como não comer com os mortos, não beber nem comer nada que tenha sido produzido na sua terra. Por outro lado, há culturas em que comer e beber com os mortos é um ritual de incorporação, que permite aos vivos "passearem-se" entre os mortos sem qualquer perigo.

Robben (2004: p.10), baseando-se na teoria de Van Gennep, sistematiza três fases distintas, aplicando-as às transições inerentes à morte. Começando pela fase preliminar, que é relativamente curta, e que se carateriza por "um rito de separação que isola o corpo e as pessoas enlutadas da sociedade e que as faz usar determinadas roupas e cumprir certos tabus". Trata-se do processo de luto existente nos dias de hoje. Após a morte, os familiares e amigos do morto cumprem determinadas convenções sociais, como usar roupas pretas, e colocam o corpo do defunto fora da sociedade, mas no centro de quem lhe quer prestar uma última homenagem: é o ritual do velório.

Robben (2004: p.10) identifica em segundo lugar a fase liminar, rito de transição, que marca a passagem da terra dos vivos para outro mundo e que é a fase com os rituais mais elaborados e, por isso, a mais longa. Nesta fase "o morto tem de ser equipado com comida, roupa, armas, amuletos de protecção, meios de transporte e um guia para encontrar o caminho". Atualmente, o rito de transição pode ser identificado como o funeral, desde o ato de rodear o corpo do morto de flores, até à missa no caso das cerimónias religiosas.

Segue-se o rito de incorporação, também apelidado de pós-liminar, que marca a passagem da alma para o mundo dos mortos e o retorno dos enlutados ao seio da sociedade. "Os

[6] Particularmente disseminadas em África, as lutas pelo cadáver partem do pressuposto que os vivos só admitem perder um dos seus membros quando são forçados a isso, uma vez que essa perda representa uma diminuição do poderio social. Assim, e de forma metafórica, lutam entre si pelo corpo, usando de mais violência, quanto mais elevada for a posição do morto na sociedade (Van Gennep, 1977: p.141).

restos mortais são enterrados num cemitério, colocados numa árvore, cremados ou separados de qualquer outra forma da sua permanência temporária", começa por explicar o autor, acrescentando que "os parentes enlutados juntam-se para uma refeição, cantam canções e celebram a passagem final do ente que morreu" (Robben, 2004: p.10). Nesta fase o luto chegou ao fim, a par com o restauro da ordem social e com a retoma do fluxo da vida diário. Também nos dias de hoje a cremação ou enterro do morto marca a fase final dos rituais que se seguem à morte de alguém. Cumprida a separação definitiva entre o corpo do morto e os que lhe sobrevivem, ultimam-se esforços para o regresso à normalidade.

No que toca a estes ritos de passagem, Malinowski (1948) considera que as manifestações de luto entre os povos primitivos e não-civilizados podem ser diferentes no conteúdo, mas são semelhantes na forma. O autor defende que a explosão de luto, lamentos e tristeza em espaço público é comum a várias comunidades e que pode incluir a laceração do corpo ou o arrancar de cabelos. Falamos sempre de acontecimentos públicos, que mais do que manifestações físicas, são também sinais visíveis, como a barba por fazer, o cabelo desgrenhado, roupas estranhas ou rasgadas (Malinowski, 1948: p.31). Na realidade, estas manifestações não são apanágio de comunidades distantes e não civilizadas. Na primeira metade da Idade Média, Ariès (2010: pp.80-81) elencava o ritual de morte que era seguido e que integrava um primeiro momento em que o moribundo percebe que vai morrer, uma segunda etapa em que deve cumprir certos deveres, como pedir perdão, um momento de oração e, após a morte, as exéquias. Estas cerimónias incorporavam quatro partes, a primeira das quais consistia nas manifestações mais violentas de dor: "os presentes rasgavam as vestes, arrancavam a barba e os cabelos, arranhavam a cara, beijavam apaixonadamente o cadáver, caíam sem sentidos e, no intervalo dos seus transes, faziam o elogio do defunto, uma das origens da oração fúnebre" (Ariès, 2010: pp.80-81).

Voltando às comunidades primitivas, Malinowski nota que o luto imediato acontece em torno do corpo e que, numa primeira fase, o cadáver pode ser colocado nos joelhos das pessoas sentadas, que o abraçam e acariciam, mas depois terá de ser eliminado, ou por inumação numa sepultura, ou exposto numa caverna ou no chão de um local deserto, podendo ainda ser queimado ou colocado numa canoa à deriva (Malinowski, 1948: p.31). Para o autor há aqui uma dupla tendência, que se revela contraditória: por um lado preservar o corpo, mas por outro o desejo de se livrar dele. A mumificação e a cremação

são as duas expressões máximas de cada uma destas tendências e cada um dos costumes expressa uma disposição dos sobreviventes: o apego ao que sobrou do morto ou a repugnância e medo da transformação que a morte imputa ao corpo.

Os rituais dos povos primitivos trazem, por um lado, a componente emocional da separação e, por outro lado, a ideia de que um espírito emana do morto e o transcende. Estes povos não querem encarar a morte como o fim, como a aniquilação definitiva, e encontram na ideia do espírito e da existência espiritual o conforto da vida após a morte. Para o autor, aliás, a imortalidade consubstancia a própria negação da morte. O autor considera que nestes ritos de luto o comportamento após a morte é um padrão do ato religioso e a crença na imortalidade é um protótipo de um ato de fé (Malinowski, 1948: p.34).

Frazer (*cit. in* Davies, 2005: pp.157-158) considera que as pessoas desenvolveram a crença na vida depois da morte devido às experiências com os mortos através dos sonhos. Os mortos pareciam tão vivos nos sonhos que deviam existir em algum lugar. Esta ideia inspirou atitudes respeitosas e até mesmo reverentes em relação aos mortos: quanto mais elevado era o estatuto que os indivíduos usufruíam em vida, tanto maior o era uma vez mortos. Esta doutrina ou concepção é designada por evemerismo, termo que deriva de Evémero, autor grego do século IV antes de Cristo, que pensava que as crenças nos deuses tinham a sua origem em histórias que imortalizavam as individualidades históricas.

Malinowski (1948: p.42) põe a tónica na religião, ao considerar que a dualidade entre o medo e a pena, a reverência e o horror, o amor e o desgosto causados pelo cadáver, pode resultar num estado de desordem mental que é ultrapassado através da religião, patente nos rituais fúnebres sagrados. Estes ritos expressam, então, o dogma da vida após a morte e a atitude moral em relação ao falecido. O cadáver, objeto de horror e de amor, vê confirmado o sentimento mais afetivo por parte da comunidade, na medida em que esta atribui ao cadáver um objeto de deveres sagrados. Assim se mantém o elo de união entre os mortos e os sobreviventes, o que garante a continuidade daquela cultura e das suas tradições. A tradição religiosa é, pois, uma solução para o conflito que a morte de alguém representa para os seus entes queridos. Além disso, todo este processo de luto acaba por preparar os sobreviventes para a sua própria morte (Malinowski, 1948: p.43).

1.3 Ritualização da morte: um período de transição

A morte, apesar de ser um evento natural e biológico não se resume a isso e implica uma série de crenças, emoções e atividades. Desde logo a separação entre corpo e alma, associada à ideia de que a alma parte para o além e o corpo não pode ser abandonado como se de um animal se tratasse: é preciso ter cuidados específicos e dar-lhe um enterro cuidado, não só por uma questão de higiene, mas também por obrigação do ponto de vista moral. Hertz (1960: p.27) considera que quando o homem morre inicia-se um período em que são impostas tarefas especiais: antes de mais é preciso mostrar tristeza durante algum tempo, mudar a cor das roupas e a rotina do dia-a-dia. A morte é, pois, objeto de representação coletiva.

Fernando Catroga fala da consciência que o Homem tem da sua finitude e, em simultâneo, do escamoteamento que faz da morte. "Nunca, como hoje, se está tão pouco preparado para morrer", afirma o autor (Catroga, 1999: p.9), lembrando que o eco dos pensamentos sobre a morte têm a sua raiz nos vivos e estes ainda não experienciaram a morte e, quando o fazem, já não poderão sobre ela dissertar.

Catroga nota que "não só cada cultura tem os seus próprios funerais, a sua representação do moribundo, as suas práticas de luto ou de sepultura, a sua própria valoração da existência — individual ou colectiva — como igualmente, dentro de cada uma, será possível encontrar diversos ritmos e transformações" (1999: p.10). E é esse culto que fazemos dos mortos que distingue o homem dos outros animais, dizem alguns autores, enquanto outros defendem um comportamento similar nos primatas, acrescentando que também há povos para quem a morte é indiferente. O rito, vivido com etapas e periodizações próprias de cada cultura, emerge do horror perante a putrefação do cadáver e o medo do regresso do morto e "é sempre um acto social de exorcização da morte e de restauração da ordem", na medida em que a própria sociedade tem dificuldade em aceitar o desaparecimento dos seus membros como uma inevitabilidade.

Catroga (1999: p.10) entende os ritos como "condutas corporais mais ou menos estereotipadas, às vezes codificadas e institucionalizadas, que exigem um tempo, um espaço cénico e um certo tipo de actores: Deus (ou os antepassados), os oficiantes e os fiéis participantes do espectáculo". O rito está intimamente ligado à crença, para que funcione como catarse e, no entender de Catroga, é precisamente esse o caso dos ritos fúnebres, "comportamentos complexos que espelham os afectos mais profundos e, supostamente,

guiam o defunto no seu destino post-mortem". Estes visam ajudar o homem a ultrapassar a perda.

Nos ritos de passagem, um dos momentos mais importantes é a "prática libertadora da presença do cadáver" (Catroga, 1999: p.12), expressa, por exemplo, no embalsamento, na cremação ou na inumação, formas de atenuar a ruptura que representa o final da vida. O cadáver é destruído ou dissimulado como forma de lhe oferecer uma residência temporária até que o corpo se decomponha.

Para Murray Parkes *et al.* (2003: p.16), o entendimento da morte como uma transição é comum a todos os povos. A variação está na forma de comportamento dos sobreviventes após a morte, sobretudo no que os autores apelidam de sociedades de pequena escala. Como nos diz Rosenblatt, "cada cultura tem os seus próprios métodos de lidar com a perda. Métodos estes que podem ser mais ou menos padronizados, mas, no entanto, envolvem quase sempre um conjunto de conhecimentos, crenças espirituais, rituais, expectativas e etiqueta" (2003: p.45). Uma das principais diferenças começa logo na definição de morte. Enquanto para algumas sociedades a pessoa ou está morta ou está viva, para várias outras culturas existem categorias e graus variados no que toca ao processo morte. Há comunidades onde se considera que o morto participa nos seus próprios rituais fúnebres e isto tem a ver com o facto de muitas comunidades verem a morte como uma transição para outro estado, tal como Van Gennep (1977: p.133) também identificou nos rituais dos povos que têm por costume dotar o morto de roupa, alimentos e outros objetos considerados necessários para a viagem que ele vai iniciar rumo a outro mundo. Segundo Rosenblatt (2003: p.46), "em muitos destes casos, as pessoas entendem que o falecido continuará a ter impacte sobre os vivos e a comunicar".

Existem outras diferenças nos rituais fúnebres, que podem durar mais ou menos tempo e ter rituais de luto específicos: fazer um rasgão na roupa, não tomar banho ou rapar a cabeça são exemplos dessa diversidade de rituais. A sucessão de cerimónias fúnebres, como também já havia sido apontado por Van Gennep (1977), pode durar dias, semanas, meses ou anos, incluindo as efemérides. Os rituais que compõem as diversas fases que marcam a transição do falecido podem incluir sacrifício de animais, destruição dos bens do morto, enterramento, desenterramento e novo enterramento do corpo. Outra das diferenças prende-se com a existência de especialistas em rituais fúnebres, que variam de cultura para

cultura e que, certamente, não serão equivalentes ao médico ou ao padre das sociedades ocidentais (Rosenblatt, 2003: p.49).

O choro, enquanto uma das mais significativas formas de expressar tristeza pela morte de alguém, é comum a várias sociedades. Segundo Rosenblatt (*idem*), além do ato de chorar, a expressão emocional face à morte pode incluir ira, agressões verbais e físicas, ainda que estas manifestações sejam menos comuns e sejam quase sempre atribuídas ao homem.

> "Em certas culturas os diferentes tipos de morte são entendidos e tratados de forma diferenciada. O significado da morte, os rituais exigidos, as emoções sentidas, a extensão com que os outros são envolvidos, o modo como o corpo será tratado e a última relação de alguém com o falecido pode variar dependendo destes factores e de outros tais como: morte por suicídio, afogamento, morte de uma criança, aborto, morte de uma mulher *versus* morte de um homem, morte durante o parto, morte violenta, morte distante de casa, morte dentro de casa *versus* morte fora de casa, se é morte do pai/mãe ou avô/avó, ou se o morto atingiu um *status* específico de ritual" (Rosenblatt, 2003: pp.52-53).

De facto as diferenças existem de cultura para cultura e, dentro da mesma cultura, consoante o tipo de morte. Não esqueçamos, aliás, que em muitas sociedades ocidentais, os mortos por suicídio não têm direito a um funeral católico.

Rosenblatt (2003) aborda algumas particularidades das sociedades de pequena escala, mas foge à categorização destes rituais, por considerar que um estranho não pode catalogar uma realidade que não vive. Por outro lado, o investigador vai ter em conta também as abordagens ocidentais quando se lida com a perda humana. Desde logo no que toca à conversa, "forma padronizada de lidar com a tristeza provocada pela morte de alguém" (Rosenblatt 2003: p.56). Ao contrário da sociedade ocidental, existem culturas onde é inaceitável conversar sobre a morte de alguém, até porque a morte e a tristeza diferem de cultura para cultura. O que também varia consoante as culturas é o pesar e as formas de o expressar, que podem ir desde o ato de rir da morte no Bali à clausura de largos anos de uma mãe no Egito que perdeu o seu filho. Mais do que apontar diferenças, o que o autor quer destacar é que todas estas diferenças são maltratadas quando inseridas no seio da sociedade ocidental, ou seja, os estrangeiros que vivam num país ocidental, onde os costumes e rituais do luto sejam bastante diferentes dos seus, vêem-se numa situação de repressão e, muitas vezes, de ocultação dos seus rituais, o que poderá ter consequências nefastas, uma vez que, em muitos casos, as cerimónias fúnebres finais evitam que o luto se torne perpétuo.

Murray Parkes e Ter Blanche (2003: pp.155-171) elencaram os preceitos que derivam do cristianismo no que diz respeito a cerimónias fúnebres. Desde logo a extrema-unção, "que a nível formal proporciona confiança e conforto ao agonizante, ao funeral e ao luto, aplica também à pessoa de luto a sanção social do luto, o suporte social e um conjunto de crenças que dão significado à morte (Murray Parkes e Ter Blanche, 2003: p.159). Quanto a crenças, "os cristãos defendem que todos aqueles que se arrependam dos seus pecados e se convertam a Jesus Cristo deveriam ser perdoados e após a morte juntar-se-lhe no céu" (*idem*). No que toca aos passos que antecedem o funeral cristão, perante um moribundo deve ser chamado um padre para o ungir e confessar. Tratando-se de um bebé em risco de vida, este deve ser imediatamente batizado. Após a morte, segue-se a missa, uma das partes da cerimónia fúnebre, precedida de um velório, durante o qual o caixão aberto fica exposto na igreja durante a noite que antecede o enterro.

Para Davies (2005: p.67) "o ritual fúnebre é particularmente interessante porque lida com a nossa própria natureza". No que toca às influências da religião, o cristianismo favorece o enterro dos mortos, sendo que, no passado, o enterro era feito com o morto virado para leste ou em direção a Jerusalém, simbolizando a espera pelo regresso de Cristo. Ao enterro dos mortos, segundo a religião cristã, está subjacente à ideia de ressurreição (Davies, 2005: p.74).

"Os ritos de morte estabeleceram em grande medida noções de uma vida após a morte e, durante a maior parte da sua história, a humanidade acreditou em algum tipo de vida após a morte relacionada com ritos sociais" (Davies, 2005: pp.76-77). O autor sustenta que hoje em dia a igreja dá menos ênfase a esta ideia de vida depois da morte, ao mesmo tempo que a família e amigos do morto têm uma maior participação nos ritos funerários. O facto de muitas vezes serem lidos trechos da literatura e não da Bíblia salienta o aspeto pessoal ou individual do falecido. O autor considera ainda que o facto de as cerimónias fúnebres ocorrerem em igrejas e serem presididas pelos responsáveis eclesiásticos é menos representativo de uma relação com a religião e está mais ligado a um mero "enquadramento cultural de seriedade" num momento de complexidade emocional (Davies, 2005: p.78).

1.3.1 As necrópoles como espaços simbólicos

A necrópole como espaço simbólico foi tratada por Fernando Catroga, que, no livro "O Céu da Memória", procurou descrever o processo que levou à "revolução romântica nos

cemitérios", olhando-os como espaço público e afetivo, numa lógica de memória do indivíduo, mas também numa perspetiva de espaço de confronto entre a morte como finitude humana e o sonho utópico de superação do transcurso do tempo. De realçar que o autor entende a memória como re-presentificação, ou seja, metamemória, entendida esta última como as "representações que cada indivíduo faz da sua própria memória, o conhecimento que tem desse facto, e o que afirma sobre isso, tudo dimensões que remetem para a maneira como cada um se filia no seu próprio passado e constrói a sua identidade" (Catroga, 1999: p.13). No fundo, são as recordações e imagens do indivíduo, baseadas na leitura atual que ele faz do que foi o seu passado. É esta memória que está inter-relacionada com a existência dos mortos. "De facto, se ontologicamente a morte remete para o não-ser, é na memória dos vivos, enquanto imagens suscitadas a partir de traços com referente, que os mortos poderão ter existência (mnésica)" (Catroga, 1999: p.14). Neste contexto, o autor considera que as necrópoles ocidentais congregam signos e símbolos "dissimuladores do sem-sentido da morte e simuladores da somatização do cadáver". Para Catroga o cemitério é, pois, um campo simbólico de memória, que encobre aquilo que se pretende esquecer e recusar. "Perante a incompreensabilidade do morrer, a memória emerge como protesto compensatório", diz o autor, lembrando que cada um se antevê na morte do outro e que ao recordar o finado o homem está, ainda que de forma inconsciente, a projetar a sua futura morte (Catroga, 1999: p.15).

Catroga explica, assim, que o cemitério congrega traços identitários e simbólicos que relembram o morto e assinalam aquela como a sua última morada. O símbolo seria, assim, uma espécie de metáfora para o corpo agora ausente, até porque o homem não compreende a morte e a memória é uma forma de compensação pela perda. Em matéria de representações, o túmulo é o signo funerário por excelência, não só porque se entende que este objeto "tem por tarefa devorar e digerir o cadáver", mas também porque ele é constituído por uma série de significantes sobrepostos: cadáver vestido, caixão, pedra tumular, epitáfio, estatuária e fotografia (Catroga, 1999: p.15). Esta sobreposição de significantes representa o prolongamento da carne e, assim sendo, o túmulo tem dois níveis: o que se vê à superfície da terra e o que não se vê, debaixo de terra. O invisível é, pois, "o trabalho higiénico da corrupção", o desaparecimento do corpo que não está acessível aos nossos olhos. Já os signos acima da terra visam ajudar a representar o finado e a deixar patente a sua memória. Citando Ana Aniz Gómez, Catroga (1999: p.16) fala numa "poética da ausência".

Os símbolos funerários visam, assim, edificar memórias e representar o ausente, ao mesmo tempo que congregam um certo nível de amnésia face àquilo que se quer esquecer: a própria morte.

O autor vai focar-se nas necrópoles oitocentistas, resultado de um processo evolutivo rumo à imortalização da memória coletiva. Os cemitérios do século XIX, com sepulturas individualizadas e um culto dos mortos cada vez mais intersubjetivo e familiar, passaram a ser um espaço ao qual todos tinham direito, ao invés de ser apenas um privilégio de alguns. Simultaneamente, lembra Catroga, a imortalização e a memória necessitavam de um lugar fixo para o cadáver, que servisse também como espaço de evocação. Assim, a localização é o cemitério e os signos só podiam ser materializados com a fixação do cadáver, o que acontece através de um monumento (túmulo). A evocação, por sua vez, está presente nos elementos que compõem esse túmulo, como a imagem (possível com o aparecimento da fotografia), o símbolo e o epitáfio narrativo, que permitem a identificação do falecido. Por último, a identificação do finado encontra representatividade na epigrafia onomástica, ou seja, nas inscrições tumulares (Catroga, 1999: pp.17-18).

Toda esta valorização da memória aconteceu "dentro de uma mundividência dominantemente religiosa", ainda que com algumas influências secularizadoras. Assim, as novas necrópoles deixaram de lado os enterros dentro e em volta das igrejas e, apesar do cariz religioso que continuou a marcar estes monumentos, nasceu simultaneamente um "ambíguo estatuto profano", pelo facto de a necrópole ter passado a ficar sob alçada do poder político. Apesar disso, e no caso português, o autor afirma que continuou a existir "uma sobredeterminação religiosa do novo culto cemiterial dos mortos" (Catroga, 1999: p.18).

Atentando nesta secularização do cemitério, ou seja, a autonomização deste campo do profano e do sagrado, o historiador justifica-a como causadora de novos comportamentos e atitudes perante a morte. Catroga compreende que nestes comportamentos se detetem novas necessidades sociabilitárias e se projetem estratégias de legitimação dos poderes, bem como as tensões que resultam da autonomização da memória histórica face ao ideal de imortalidade transcendente. Isto justifica-se, como diz o autor, se pensarmos que "o cemitério revela esteticamente o próprio inconsciente da sociedade através de uma trama simbólica, estruturada e organizada à volta de certos temas e mitos unificados por esta tarefa: reforçar, depois do caos, o cosmos dos vivos e imobilizar o devir, mesmo que se

tenha de recorrer ao contraste (ambíguo) da imortalidade com o curso irreversível do tempo e da vida". No fundo, é a ideia de que o homem tem necessidade de construir monumentos para albergar os mortos e para lhes prestar culto, porque ele próprio tomou consciência da sua finitude. E, nesse sentido, "o monumento funerário é, simultaneamente, exteriorização da tomada de consciência de que o homem é um 'ser-para-a-morte' e afirmação do seu 'direito à memória'" (Catroga, 1999: p.19).

Falando sobre o lado monumental do cemitério, Fernando Catroga diz que este o é na sua expressão arquitectónica, sendo um lugar de produção e reprodução de memórias. Para o autor, tudo o que evoca o passado e perpetua a recordação é um monumento. O autor considera, por isso, que os cemitérios são memoriais, mas é preciso cautela na classificação como museu. Aponta o facto de a necrópole estar fechada sobre si mesma, enquanto defesa face à profanação, e ainda a circunstância de os objetos que habitam o cemitério não serem indissociáveis dele, ao contrário do que acontece com os museus. Não podemos descontextualizar os elementos do cemitério do local onde são exibidos, enquanto no museu há um desfasamento entre as peças e a casa que serve para as expor. (Catroga, 1999: pp.21-22).

O autor destaca os novos ritos dos cemitérios assentes nas visitas periódicas (com maior ênfase no Dia dos Defuntos) aos entes queridos dos vivos. Este será um rito de recordação comemorativo, ainda que o autor estabeleça uma diferença entre a recordação como ato individual e a comemoração como manifestação de alteridade. Aqui, a recordação é lida como "uma *re-suscitação* de acontecimentos do passado, a propósito de aniversários colectivos ou individuais, com a virulência vivificante que teriam quando foram presente". A comemoração visa não só recordar, mas também reintroduzir o acontecimento na vida presente e nas expetativas de futuro. Para o autor, esta visita ao cemitério é um dos ritos comemorativos e incorpora determinados comportamentos-tipo, como a deposição de flores e o respeito do silêncio no cemitério. A corporização destes comportamentos é quase sempre coletiva e pública (Catroga diz que as visitas individuais são exceção) e visa recordar o morto, bem como reforçar o cosmos dos vivos. Nestes casos estamos perante a "memória reavivada pelo rito", ou seja, uma reconstrução de um eu coletivo, identidade gerada pela memória, que assenta numa seleção do passado, incluindo o recalcamento do que se pretende esquecer (Catroga, 1999: pp.23-24).

Ainda na perspetiva da necrópole, o autor define-a como "um livro escrito em linguagem metafórica", defendendo que o culto dos mortos mais não é do que "um diálogo imaginário do *sujeito* consigo mesmo, em que participa a razão, a vista e o coração". Assim, evocar é aqui entendido como recordar e comemorar, sendo o território dos mortos um espaço público e de comunhão e, ao mesmo tempo, o espaço onde o homem deposita os seus sonhos escatológicos, de pós-vida e transcendência. Para Catroga, a simbólica do cemitério ajuda a suscitar no indivíduo um tempo de extroversão que lhe permitirá o distanciamento racional face à morte do ente querido, rumo à normalização (Catroga, 1999: p.27).

1.4 O Luto

Após a perda de alguém que nos é próximo, dá-se início ao processo de luto, que além de congregar vários rituais de transição, integra ainda uma série de reações e sentimentos do Homem perante a perda do seu semelhante. Kear e Steinberg (1999: p.8) consideram que o luto pode ser encarado como espaço teatralizado e que existe uma performance dos seus atores, na cultura ocidental, encarada como atividade ritualizada na qual a exibição da dor, orquestrada e ordenada, por ser vista como uma tentativa de compensar e conter a perda do outro.

O luto pela morte de alguém, enquanto experiência de perda, é entendido por Maria Laura Bettencourt Pires como tendo diferentes respostas face a essa privação. A autora considera que a dor "pode ser física, emocional e espiritual, sendo tanto uma realidade fisiológica como um conceito abstracto, mas é, sem dúvida, fundamental para o modo como enfrentamos a vida". Reconhecendo que a forma e intensidade deste pesar são variáveis, Archer (1999: p.1) considera que se trata de uma caraterística universal do Homem, independentemente da cultura.

Para alguns estudiosos da área da psicologia, o luto pode ser visto como uma sucessão de estádios. Kubler-Ross (*cit. in* Davies, 2005: p.44) identifica estes estádios como: 1) negação e isolamento; 2) raiva; 3) discussão; 4) depressão; e 5) aceitação. Outros investigadores propuseram outros conjuntos de estádios, mas para o historiador Davies, "a variabilidade das reacções humanas torna qualquer fórmula meramente ocasional" (2005: p.45).

Davies (2005: p.46) elenca ainda, como elementos que integram os processos de luto, as redes de apoio que se perdem em simultâneo com o desaparecimento de um ente querido.

Evocando o trabalho de Stroebe, o autor lembra a teoria, segundo a qual, a morte de um marido, que trabalha, sustenta a casa e toma as decisões, pode significar a perda de uma rede de apoio por parte da mulher que, pelo facto de não sair para trabalhar, tinha no seu cônjuge o seu único sistema de apoio.

Do ponto de vista dos rituais, Laungani e Young atentam nas expressões públicas de dor e pesar, notando que em algumas culturas, como na Índia, Nepal, China, Paquistão e Grécia a morte de alguém afeta toda a comunidade da qual o defunto faz parte e, por isso, "as disposições tidas para com o morto e o acompanhamento do luto transformaram-se num acontecimento social, ou mesmo público" (2003: p.253). Nessas culturas, a expressão pública de choro, gritos ou gemidos é parte integrante dos seus rituais e funcionam como catarse para os indivíduos de luto, ou seja, pode considerar-se que assumem uma vertente terapêutica. Também nas sociedades ocidentais há uma dimensão pública dos funerais, uma vez que a cerimónia acolhe todos aqueles que, de uma forma ou de outra, conheceram o morto. Porém, há sociedades de países do Norte da Europa (Grã-Bretanha, América do Norte e Escandinávia) onde a morte tem um cariz essencialmente privado, ou seja, afeta os membros da família do defunto e as pessoas mais chegadas. As pessoas que integram o funeral foram convidadas para lá estar e quem não recebeu convite, normalmente, envia as condolências por escrito. Nestes casos a expressão pública das emoções não é encorajada e o silêncio é considerado como "reflexo de um comportamento honrado" (Laungani e Young, 2003: p.254).

Murray Parkes lembra que os rituais relacionados com a morte e com o luto servem para exprimir emoções, seja de que forma for. "Os funerais são, normalmente, eventos sociais importantes que permitem o encontro daqueles cujas vidas são afectadas por uma morte" (Murray Parkes, 2003: p.274). Para o autor são os funerais que ajudam a tornar real a perceção da morte, bem como a encaminhar o falecido para a próxima fase da sua inexistência. Face à imprevisibilidade da morte, que é uma das dificuldades psicológicas dos indivíduos em luto, Murray Parkes (2003: p.275) afirma que o funeral decorre rapidamente, como forma de apresentar um "final satisfatório para o relacionamento" que a morte interrompeu. Pelo contrário, nas sociedades mais pequenas, tal como já foi referido, a morte arrasta-se no tempo e os vivos continuam a relacionar-se com os mortos, numa espécie de período de transição. Murray Parkes defende que esta atitude não é assim tão estranha às sociedades ocidentais:

> "A pesquisa acerca da psicologia do luto nos países Ocidentais tem mostrado como é frequente os recém-indivíduos de luto experimentarem um forte sentido de presença dos mortos que lhes eram próximos, continuando a trata-los como se estivesse presentes. Não mencionam necessariamente este comportamento por recearem que os outros o achem «esquisito»" (Murray Parkes, 2003: p.275).

1.5 O fenómeno da morte entre a negação e o tabu

Os ritos ajudam-nos a ultrapassar a perda, sejam eles uma missa de corpo presente, um funeral ou a forma como cada pessoa emerge da dor que causa o desaparecimento de um ente querido. Mas se é verdade que a morte pode ser dolorosa, é igualmente verdade que ela exerce sobre as pessoas uma curiosidade que vários investigadores de ciências sociais já tentaram explicar.

Keith Durkin (2003) procurou compreender a forma como a morte é encarada nos Estados Unidos da América, país com uma cultura que nega a morte, que evita discuti-la em público e que se lhe refere de forma normalmente eufemística. Ao mesmo tempo, o autor considera que os norte-americanos têm um certo fascínio pelas questões relacionadas com a morte. Citando Bryant and Shoemaker (c*it. in* Durkin, 2003: p.43), o entretenimento tanatológico[7] é um padrão cultural, não só nos Estados Unidos, mas um pouco por todo o mundo e tornou-se numa parte proeminente e integrante da cultura popular contemporânea.

No que toca à televisão, são muitas as séries de ficção que escolhem a morte como tema das suas tramas. É curiosa a análise feita pelos autores DeSpelder e Strickland (*cit. in* Durkin, 2003: p.43), segundo a qual, em média, o conteúdo de cada exemplar da revista *TV Guide*[8] inclui, aproximadamente, um terço de descrição de programas em que a morte aparece de alguma forma. A morte é ainda tratada nas notícias televisivas e com os canais por cabo a sua cobertura é ainda maior. São exemplo desta amplificação da cobertura da morte, eventos mediáticos como a Guerra do Golfo, o julgamento de O.J. Simpson ou o funeral da princesa Diana, este último visto por 31 milhões de ingleses e por dois biliões de pessoas em todo o mundo. O autor considera ainda que o 11 de setembro, transmitido em direto para todo o mundo após o embate do primeiro avião, foi um evento mediático que gozou de maior tempo em direto nas televisões. Parece-nos excessivo reduzir acontecimentos tão complexos a meros eventos tanatológicos, no entanto, a morte não deixa de assumir uma centralidade muito forte e um tempo de exposição prolongado em

7 Por referência à vertente da medicina legal que se ocupa da morte e das causas da morte.
8 Revista norte-americana dedicada à programação televisiva e às estrelas de televisão.

acontecimentos como estes, na medida em que é extenso o seu tempo de cobertura informativa e eles afetam uma grande parte da população ou envolvem figuras públicas.

Keith Durkin chama a atenção para a importância da morte nos enredos na sétima arte, nomeadamente em *westerns* e filmes de guerra. Lembra ainda que há vários dramas centrados à volta da morte e até comédias de sucesso que abordam a morte.

Também na música a morte é um tema inspirador para muitos artistas, desde a música erudita à música popular, passando pela música clássica e contemporânea. Durkin atenta no êxito que foi a música "Candle In The Wind", do cantor Elton John, reescrita para o funeral da princesa Diana, tendo originalmente sendo composta pelo músico após a morte de Marilyn Monroe.

A literatura americana congrega também referências à morte, quer em conteúdo, quer nos títulos de livros. Por outro lado, as revistas de notícias fazem muitas vezes capa de temas relacionados com a morte. Nos jornais diários é comum noticiar as mortes e aqui, o falecimento de uma pessoa comum é divulgada pela necrologia, a menos que o acontecimento tenha sido algo invulgar e extraordinário. A difusão da morte de figuras públicas é muito mais detalhada do que a morte de pessoas comuns e Durkin (2003: p.45) dá o exemplo do Seatlle Times, que fez manchete e capa da morte de Kurt Cobain, com fotos do cenário em que ocorreu o seu suicídio.

Durkin (2003: p.47) explora nesta análise o termo *postself*, denominação que designa a reputação e influência que um indivíduo tem após a sua morte. Isto é especialmente visível nas celebridades e figuras públicas. É uma forma de imortalidade simbólica, em que o significado da pessoa persiste após a sua morte. Culturalmente é também uma forma de distorcer a bifurcação entre os vivos e os mortos. John Frow (*cit. in* Durkin, 2003: p.47) estudou este fenómeno, tendo concluído que a fama de celebridades que morreram assume uma dimensão pseudorreligiosa, visível em termos de uma adoração e veneração que ultrapassam a esfera humana. É o caso de Elvis Presley e da Princesa Diana, sendo que ambas as mortes geraram ou exponenciaram uma indústria lucrativa, que comercializa todo o tipo de bens e produtos associados à sua imagem.

1.5.1 Negação ou neutralização?

Keith Durkin centra a sua discussão na aparente contradição entre o facto de, por um lado, os americanos lidarem mal com a morte e procurarem evitar o assunto e, por outro, terem

um fascínio obsessivo com estas questões. A primeira ilação tirada pelo autor é que a sociedade americana apenas aparentemente nega a questão da morte, pois, na realidade, procura um contacto constante com o fenómeno. Outra explicação para este paradoxo é que a sociedade nega de facto a morte, mas por isso mesmo a população tem necessidade de saber mais sobre o fenómeno.

Uma terceira consideração é que a presença da morte nos *mass media* e o tratamento do tema através de formas de entretenimento e de humor é uma forma de o negar, neutralizando-o através dos usos que dele fazem os meios de comunicação. Ao ser encarada assim, Durkin considera que a morte se torna menos ameaçadora, até pela sua efemeridade nos *media*.

Durkin chama a atenção para o facto de a morte ser um acontecimento disruptivo, quer para quem morre, quer para a sociedade. É por isso que todas as sociedades constroem mecanismos para lidar com a morte e com o seu impacte. Vanderlyn R. Pine (*cit. in* Durkin, 2003: p.47) considera que as crenças e as práticas dos membros de uma sociedade face à morte estão dependentes da organização social dessa sociedade. A cultura popular é um tipo de visão coletiva através da qual são socialmente construídos os significados, que por sua vez influenciam as nossas normas, crenças e, subsequentemente, as nossas ações. Assim, os temas tanatológicos na cultura popular norte-americana aparentam ser o mecanismo através do qual as pessoas lidam com a morte.

Durkin concluiu, então, que a neutralização do tema pode ajudar a atenuar o impacte disruptivo da morte para o indivíduo e que isto pode ocorrer de três formas, estando todas elas inter-relacionadas.

Primeiro é preciso ter em conta o contexto da cultura popular. Neste âmbito, a morte e os mortos são re-conceptualizados em formas que ultrapassam o terror primordial. Esta questão pode ser considerada fascinante, pode ser vista como entretenimento ou até de forma humorística. Tudo depende do contexto em que surge. Bryant (*cit. in* Durkin, 2003: p.47) diz que quando a morte é camuflada desta maneira, os indivíduos ficam mais confortáveis em dirigir a sua curiosidade e mostrar a sua fascinação por estes temas. Uma visita ao túmulo de Elvis Presley pode ser parte integrante de uma semana de férias, um bom exemplo da re-conceptualização da morte. Além disso, as notícias nos jornais sobre

mortes violentas e acidentais assumem muitas vezes o interesse próprio do voyeurismo, bem como o prazer macabro que geram as desgraças dos outros.

Em segundo lugar, a avaliação de muitas destas temáticas tanatológicas na cultura popular implica algum distanciamento do indivíduo. Tal como nos combates de *wrestling*, também os espetadores dos filmes de terror têm de suspender a sua descrença. As crianças e adolescentes que jogam videojogos têm de se desligar do mundo em que vivem perante aquilo que ocorre em frente aos seus olhos. Aqui o melhor exemplo é o humor, que funciona como um mecanismo de defesa, permitindo às pessoas lidar com o medo e com a ansiedade associados à morte.

Vários investigadores do tema argumentam que a grande exposição à morte que verificamos na cultura popular pode fazer-nos aceitar este fenómeno. O ambiente saturado de questões tanatológicas pode funcionar para acostumar os indivíduos à morte, diluindo ou neutralizando a sua ansiedade face a estes fenómenos. Durkin e Bryant (*cit. in* Durkin, 2003: p.48) afirmam que os próprios tablóides, ao darem tanta atenção a estes assuntos, tornam o leitor menos sensível a eles.

Keith Durkin conclui que os Estados Unidos são uma sociedade que nega a morte, mas ainda assim este é um tema com um lugar proeminente na cultura popular americana. Estes elementos tanatológicos da cultura popular funcionam como um mecanismo para ajudar os indivíduos a minimizar o impacto social disruptivo da morte e torná-la mais aceitável em resultado de uma maior exposição a ela.

1.5.2 O cariz obsceno do tabu e a negação na sociedade ocidental

Geoffrey Gorer (1955: p.51) defendeu no seu ensaio, *The Pornography of Death*, que existe um paralelismo entre as fantasias que despertam a curiosidade dos seres humanos sobre os mistérios do sexo e sobre os mistérios da morte. Em ambos os casos falamos de fantasias nas quais se presta pouca atenção às emoções (amor no caso do sexo ou dor no caso da morte) e se dá muita importância às sensações.

Gorer (1995: p.50) sublinha que desde o início do século XIX, época com elevada taxa de mortalidade, a grande maioria da população já tinha visto alguém morrer e a morte era encarada mais naturalmente, conclusão reforçada pelo facto de as próprias crianças serem encorajadas a pensar sobre a morte, quer a sua, quer a das pessoas próximas. Nesta época, os funerais eram ocasiões sociais de extrema importância e o cemitério era o centro de

todas as vilas. A mudança aconteceu entre o final do século XIX e o início do século XX, altura em que a morte foi deixando de ser mencionada, sobretudo nas sociedades anglo-saxónicas. Como exemplo desta proximidade com a morte, Gorer refere o teatro. No século XIX as peças incorporavam cenas explícitas de morte e no século XX foram deixando de existir cenas que descrevessem exaustivamente a morte por causas naturais dos protagonistas das peças. O antropólogo considera, por isso, que tal como largas décadas antes se dizia às crianças que os bebés eram encontrados debaixo de arbustos e dentro de repolhos, face à repugnância que causava o ato do nascimento, é possível que, na contemporaneidade, se venha a incutir nos mais novos a ideia de que quem morre se transforma em flores e fica a repousar num jardim. Este ato de esconder determinados factos é, para Gorer, expressão da sua negação completa.

Entre as justificações para esta mudança de atitude nos últimos dois séculos está o facto de, no século XIX, nomeadamente no mundo cristão, a ressurreição ser quase um dado adquirido para os crentes e, mais tarde, esta crença ter começado a desaparecer. Deste modo, a morte tornou-se horrível demais para contemplar ou mesmo discutir, visto que se duvidava cada vez mais se existiria algo depois dela. Outra das mudanças notadas pelo antropólogo (Gorer, 1955: p.51) tem a ver com a diminuição da mortalidade jovem, fruto da melhoria das condições de saúde pública e evolução da ciência. Em contrapartida, diz Gorer, aumentaram as mortes violentas, fruto de acidentes rodoviários (consequência da generalização do automóvel), bem como de guerras e revoluções. A morte natural ficou cada vez mais asfixiada em pudor e a morte violenta passou a ocupar um lugar de destaque no imaginário das audiências de *thrillers*, histórias de guerra ou de ficção científica, entre outras.

José H. Barros de Oliveira concorda com a perspetiva de Gorer e aponta alguns "sinais mais ou menos camuflados da clandestinidade da morte" (1999: p.477), nomeadamente o facto de esta ter sido um ritual que decorria habitualmente em casa e agora ter um tratamento mais "científico", em ambiente hospitalar, longe do ambiente familiar. Nesta mesma linha de procedimentos insere-se a maquilhagem do cadáver, para que esteja fisicamente mais próximo dos vivos, e a vulgarização das práticas da cremação, que afastam a ideia de putrefação do cadáver. O mesmo acontece com a criogenização, expoente máximo de "preservar" o cadáver com a esperança de um dia o trazer novamente à vida. Finalmente, para Oliveira, "outra tentativa de ocultar a morte é que o luto tende a

desaparecer como sinal que prolonga diante dos familiares e da sociedade a memória do defunto (Oliveira, 1999: p.477).

Para o autor, as causas deste mal-estar perante a morte podem ser variadas e, face a este tabu existente no mundo ocidental, Oliveira lembra que o inverso acontece nas "sociedades ditas primitivas" (*idem*), exemplificando com o cariz comunitário da morte em algumas sociedades africanas. Para o autor, "exorcizar ou ignorar a morte, gera uma sociedade neurótica e traumatizada, enquanto pensar no sentido da vida e da morte, e assumi-la como constituinte natural da vida, conduz à maturidade e ao equilíbrio" (Oliveira, 1999: p.477).

Laungani e Young (2003: p.256) elencam algumas justificações para o medo da morte que, consideram, carateriza as sociedades ocidentais. Desde logo o declínio da religião estabelecida, que se traduz numa diminuição da crença numa vida depois da morte, no renascimento ou no céu e no inferno. Outro fator é a dissolução das famílias alargadas e das cadeias comunitárias, o que significa que existem menos estruturas de apoio coletivas. Outra razão prende-se com os processos sociopolíticos de humanização e secularização, que acentuam e nossa preocupação com os vivos, deixando de lado a atenção aos moribundos e à morte.

O medo da morte traduz-se num distanciamento em relação a ela, que mais não é do que um distanciamento em relação ao desconhecido. Os pais, sobretudo, insistem em manter as crianças longe desta realidade, por acreditarem que "a criança deve ser poupada ao trauma da visão de um corpo morto" (Laungani e Young, 2003: p.257). No entanto, afirmam Young e Papadatou (2003: p.230), este afastamento que procuramos criar entre as crianças e a morte vai ser contrariado pelos meios de comunicação social, aos quais as crianças estão expostas, e onde a morte está cada vez mais presente e, muitas vezes, de forma gráfica e violenta.

> "Apesar de as crianças se socializarem através de uma cultura de violência, destruição e morte, são, por outro lado, isoladas da morte real. A morte em televisão, apesar do seu pormenor gráfico, é simulada; a morte em casa é real" (Laungani e Young, 2003: p.257).

Também Osswald (2013: p.15) discute os efeitos da ocultação da morte e carateriza-a como um "não assunto". Lembrando que nas sociedades ocidentais se morre sobretudo longe de casa (no lar de terceira idade, no hospital…), esta relação com a morte como tabu poderá explicar a falta de sentido que lhe atribuímos. O autor diz que poderá estar aí a

causa da dificuldade em explicar às crianças que alguém morreu e para onde foi. A mesma razão ajudaria ainda a entender a valorização do tratamento do cadáver (maquilhado e vestido com a melhor roupa, forma de o embelezar). Reforçando esta teoria sobre a percepção morte como um tabu, Osswald (2013: p.16) considera que existe hoje uma rejeição de sinais exteriores de pesar e de luto, bem como uma necessidade de ultrapassar rapidamente o processo da dor. Tudo isto acontece ao contrário do período da morte domada, do qual nos falava Ariès (2010), em que a dor e os sinais de morte eram exuberantes.

Defendendo a morte como algo natural, que resulta do próprio facto de estarmos vivos, Oliveira (1998: p.22) defende também a educação para a morte, numa pedagogia aplicada desde cedo às crianças, forma de contornar a assunção do tabu acerca do ato de morrer. O autor defende a educação para a morte como uma verdade sobre a vida, sobre a sua fragilidade e mortalidade.

> "Se se fala da morte de civilizações, por exemplo, porque não falar da morte das pessoas, que a própria criança experiencia directamente ou através dos meios de comunicação social, e mesmo reflectir sobre a própria morte, que um dia infalivelmente acontecerá?" (Oliveira, 1998: p.22).

Por sua vez, Norbert Elias (1987: p.27) considera que no passado os atos de nascer e morrer eram menos privados do que hoje e que o facto de na atualidade a morte ser menos pública e não ser um ato social está patente na atitude de a escondermos das crianças. Reforçando esta já defendida ideia de ocultar a morte dos mais novos, o autor adianta que a grande dificuldade está na forma de lhes comunicar a existência da morte, pois os adultos têm receio de transmitir às crianças os seus próprios medos perante a finitude. "O pudor que mostram os adultos nos nossos dias em ensinar às crianças os atos biológicos da morte é uma caraterística específica do esquema de civilização dominante na etapa atual", diz-nos Elias (1987: p.28).

A distância da morte, caraterística das sociedades ocidentais, contrasta com a proximidade que marca a tendência dos países de terceiro-mundo. Laungani e Young, exemplificam com o caso da Índia, onde a morte não é um assunto tabu e é aceite na sua eventualidade, como parte da condição humana, razão pela qual "os idosos (…) falam abertamente de morrer e da aproximação da sua morte" (Laungani e Young, 2003: p.259).

1.5.3 Rituais de luto nos meios de comunicação

Pantii e Sumiala (2009: p.120) fazem uma retrospetiva acerca dos rituais de luto nos *media*, considerando a ideia de um luto público, e dos rituais que ele integra, onde o desenvolvimento dos *media* desempenha um papel significativo e tem também a sua máxima expressão na internet como espaço de rituais de luto virtuais. Para testemunhar essa evolução, as autoras analisam os relatos de tragédias nacionais entre 1950 e 2000 na Finlândia. Partindo da noção de ritual, que defendem também Dayan e Katz, as autoras perguntam-se: como é que os rituais de luto nos *media* reúnem o público e que tipo de centros sagrados da sociedade é que eles ajudaram a construir através dos relatos dos rituais de luto? (Pantti e Sumiala, 2009: p.120).

No que toca à morte as autoras trazem os contributos da antropologia, que encara o desaparecimento do ser humano como algo disruptivo, implicando um período de transição para os vivos de que fazem parte os rituais. O tema dos rituais tem já eco em sociólogos como Durkheim, que lhes atribui um papel central nas reuniões cerimoniais, com vista à integração social dos indivíduos. Para Pantti e Sumiala (2009: p.122), "os rituais de luto, tal como outros rituais seculares e religiosos, podem ser definidos como um contexto para a afirmação, negociação e contestação de laços sociais e autoridade e eles podem ser vistos como um veículo para que grupos sociais, ideias e valores ganhem legitimidade".

Assumindo-se como seguidoras do trabalho de Dayan e Katz sobre os rituais mediáticos, Pantii e Sumiala propõem-se então analisar os chamados "*media events*" na Finlândia, que mais não são do que grandes tragédias nacionais que abalaram o país e tiveram grande repercussão nos meios de comunicação social. Também estas tragédias televisionadas quase em direto (no sentido em que não é a própria tragédia a ser vista em direto, mas sim aquilo que se lhe segue) são disruptivas na vida do dia-a-dia, pelo que não são bem-vindas e são inesperadas. As autoras consideram que os *media* têm um papel importante na narração da tragédia e que assumem uma espécie de domínio em relação aos rituais de luto, na medida em que têm o poder de dramatizar, enfatizar ou dar mais importância a um determinado acontecimento. Esta visão acaba por contradizer o que defendem Dayan e Katz, para quem a televisão não têm qualquer interferência no evento, mas antes informa os espectadores acerca do que está a acontecer.

Dos sete casos que as autoras escolheram, ocorridos entre 1950 e 2000 na Finlândia[9], todos eles constituíram tragédias e, neste estudo, é relevado não só o papel da televisão, mas também o da imprensa e o da rádio na difusão das tragédias, bem como alguns telefilmes que foram realizados sobre esses acontecimentos. Foram abordados os rituais da igreja, os rituais cívicos e os rituais nacionais.

Salientando o papel da igreja nos rituais que se seguem à morte que resulta das tragédias, Pantti e Sumiala (2009: p.126) verificaram que nos acontecimentos mais antigos os *media* tinham um papel de observadores, de testemunhas desses rituais religiosos, sem tomarem parte ativa neles. A partir dos anos 90 os *media* assumiram um papel mais ativo na difusão desses rituais religiosos, por exemplo, com entrevistas às testemunhas do evento que comparecem às cerimónias religiosas.

A segunda categoria estudada foram os rituais cívicos, que incluem, por exemplo, visitas aos locais dos incidentes, levando velas ou brinquedos. Neste campo, os *media* fazem a cobertura, estimulando um sentimento de solidariedade partilhada entre quem está no local a prestar a sua homenagem e o público que assiste em casa.

Quanto aos rituais nacionais, as autoras consideram que a difusão dos rituais de luto ajuda a fortalecer o espírito de construção da nação, nomeadamente com a difusão de elementos como a bandeira nacional e imagens da participação de membros do Estado nas cerimónias (Pantti e Sumiala, 2009: p.127).

Apontando a evolução dos rituais mediáticos ao longo do tempo, Pantii e Sumiala (2009: p.130) tiram várias conclusões, a primeira das quais aponta no sentido de os meios de comunicação social contribuírem para estreitar laços de solidariedade. Em segundo lugar sustentam que os rituais religiosos de luto têm um papel importante em todos os casos estudados, mas esse papel é mais proeminente nos casos mais recentes, contrariando a ideia de que a religião tem uma proeminência mais reduzida nas sociedades modernas.

[9] As autoras escolheram um caso passado em 1954, quando nove crianças órfãs com menos de sete anos morreram num fogo em Kangasala. Abordaram ainda a colisão entre dois comboios, em Kuurila, que causou a morte de 26 passageiros e deixou 48 pessoas feridas. Em terceiro lugar a morte do polícia Constable Kautto em serviço. Foi ainda abordado um desastre aéreo em Koivulahti, que causou a morte de 25 pessoas. As autoras abordaram também a explosão de uma fábrica de cartuchos, em Lapua, na qual morreram 40 pessoas e 60 ficaram feridas. O assassinato de dois polícias pelo fugitivo Steen Christensen foi outro dos casos escolhidos e, por último, um acidente de autocarro no qual morreram 23 pessoas.

Finalmente, a terceira conclusão põe em evidência a existência, ao longo do tempo, de diferenças quanto ao nível e ao tom de emotividade e intimidade na difusão das notícias sobre estas tragédias. Esta intimidade, bem como um foco nos sentimentos e nas pessoas, é maior nos acontecimentos mais recentes, enquanto nas tragédias mais antigas há um enfoque maior em danos materiais e questões técnicas dos incidentes. As emoções mais proeminentes são a tristeza, compaixão e medo. Nas reportagens mais antigas, o medo está diretamente ligado ao receio de um colapso da ordem social e, nas mais recentes, relaciona-se com a ansiedade sobre se a sociedade será capaz de sobreviver em termos psicológicos à tragédia.

Um quarto aspeto digno de nota tem a ver com as mudanças na construção da ideia de uma centralidade social. Se nas reportagens mais antigas essa centralidade era criada a partir de uma certa ideia de sacralidade do Estado e da Igreja, nas reportagens mais recentes essa centralidade passa a ser ocupada pelo Estado social ou pelo Estado providência, o que permite aos *media* criticarem de forma mais aberta os políticos, no decurso das crises resultantes destas tragédias coletivas. Há aqui uma ideia dos meios de comunicação social informativos que enfatizam o seu papel como mediadores dos valores centrais para a sociedade, como a democracia e a liberdade de expressão, e que o fazem tomando uma posição face ao poder político. Nos acontecimentos dos anos 90 e anos 2000, o foco é de novo dirigido à Igreja, explicado com uma maior intimidade e emocionalização do discurso. A religião volta a estar no centro da sociedade, na medida em que ela oferece um espaço própria para a exibição pública das emoções, do luto e da dor.

Resumindo, as autoras concluem que, entre 1950 e 2000, apesar das mudanças registadas nas formas de tratamento dos rituais de luto pelos *media*, a coesão social e a inclusão mantiveram-se como temas centrais do tratamento informativo, sendo a inclusão construída nos *media* através dos relatos (Pantti e Sumiala, 2009: p.133).

2 A Linguagem dos *Media* e a Morte

A linguagem dos *media* tem vindo a evoluir ao longo dos anos, a par e passo com o tratamento que é dado aos temas que figuram nas capas de jornais e aberturas de noticiários. As mudanças que têm a ver com a cultura das celebridades e com a espetacularização da informação são aquelas que convocaremos para este capítulo, tendo como pano de fundo o tratamento que os meios de comunicação social fazem da morte. Interessa, pois, começar por delimitar com rigor sobre o que falamos quando nos referimos a estrelas, heróis, vedetas, mitos e celebridades. Procuraremos definir cada uma das categorias, para depois as podermos aplicar no nosso estudo. Ainda assim, muitas vezes utilizaremos o conceito de celebridade, enquanto caraterística de alguém que é célebre, e enquanto sinónimo de personalidade ou figura pública.

2.1 Celebridades, estrelas e cultura do espetáculo

Chris Rojek (2001: p.9) refere que "*celebrem*" é a raiz latina do termo celebridade e que a esta raiz estão associados os conceitos de fama e de multidão. A palavra deriva ainda do termo "*celere*", que significa veloz. Segundo o autor, as raízes latinas indicam uma relação em que a pessoa é marcada por uma certa singularidade e por uma estrutura social na qual a fama é passageira. A etimologia da palavra celebridade remete-nos ainda para o latim *celebritas*, que tinha um significado de multidão, fama. Boorstin (*cit.in* Santos, 2011: p.12) refere que o significado atual remonta a 1850 e é contemporânea com a imprensa de massa, relacionando-se com a ideia de que é possível fabricar uma celebridade, ou seja, torná-la conhecida através de uma exposição permanente nos meios de comunicação social.

A ligação aos *media* de massa é uma das premissas para falarmos em celebridades. Braudy (*cit. in* Cashmore, 2006: p.251) considera que Alexandre o Grande foi a primeira personalidade verdadeiramente famosa, apesar de na época em que viveu (300 anos antes de Cristo) não existirem os meios de comunicação social que hoje potenciam a fama e as celebridades. Ainda assim, este antigo rei da Macedónia procurou criar um aparato à sua volta e das suas conquistas e, nesse sentido, contratou autores para escreverem as crónicas das suas batalhas, artistas para pintar o seu retrato e para gravarem o seu perfil em vários artefactos, como escudos e moedas. Outros autores, como Rojek (2001), reconhecem a existência de personalidades com alguma fama antes da era dos meios de comunicação social de massa. Para o autor, a diferença é que as personalidades que estavam no centro do

discurso público, com um certo *status* de notoriedade, não traziam agregada a ilusão de intimidade que faz parte do estatuto atribuído à celebridade com a emergência dos *media* de massas (Rojek, 2001: p.19).

Outra questão ligada ao conceito de celebridade prende-se com a publicidade dos seus feitos ou, como diz Turner (2004: p.26), transformar essa publicidade em notícia. Boorstin entende a celebridade como alguém que não precisa de conquistar bandeiras nem superar desafios para atingir um grau de notoriedade: basta desenvolver ações e publicidade, pré-determinadas por um gabinete de imprensa ou um relações públicas, de modo a ganhar e manter a atenção dos *media*. O autor é um dos maiores críticos das celebridades, considerando que elas são fabricadas para satisfazer a nossa ideia de grandeza e não têm quaisquer qualidades. Gabler contraria a ideia defendida por Boorstin, de que a celebridade não conquistou nada para ser considerada como tal. Segundo o autor, negar as conquistas da celebridade faz tão pouco sentido como negar a própria celebridade (2001: p.3). Gabler defende, por isso, que a celebridade não só não é um sintoma da degradação cultural, como é a forma de arte dominante, porque requer muita atenção, por subjugar os *media* e, sobretudo, por refratar tantas preocupações básicas da cultura, tal como a arte faz (2001: p.4). Nesta perspetiva, Gabler (2001: p.12) justifica que a celebridade cumpre muitas das funções da arte. Desde logo porque a sua narrativa pode reforçar medos e sonhos, instruir ou guiar o público, arrebatar a audiência da sua rotina diária, garantir-nos que não estamos sós no que sentimos e pensamos e, por último, impor ordem ou experiência.

O autor defende que, como qualquer trabalho artístico, a celebridade é produto de um processo e nesse processo intervêm um executante/performer, uma narrativa da vida real que seja publicitada, e, por último, uma audiência que se interesse e aprecie a narrativa. Para Gabler, uma celebridade sem alguém para a consumir é como um filme sem ninguém para o ver. Gabler diz que as celebridades se definem por viverem uma narrativa que capta a atenção dos *media* e o interesse do público, mas, na nossa opinião, em certos momentos há algumas figuras públicas, famosos que não são celebridades, que protagonizam histórias com interesse para as audiências. O autor entende a celebridade como "entretenimento humano", no sentido em que define uma pessoa que no curso da sua vida proporciona entretenimento ao público. Considera que para ser uma celebridade não basta ser-se famoso e exemplifica com o caso da Rainha Elizabeth II: é famosa mas não é uma celebridade, no sentido em que não há histórias a contar sobre ela que interessem ao

público. A ideia de que não basta a fama para criar uma celebridade parece-nos ajustada à realidade. Já o interesse pelas histórias das diferentes personalidades não nos parece assim tão linear. No caso da rainha de Inglaterra, o autor assume que tudo o que a relacionou com a Princesa Diana seja um desses casos, mas parece-nos que há outras narrativas como a sua relação com os netos e bisnetos, que resulta em histórias com interesse, quer para os *media*, que as replicam, quer para o público, que se interessa por elas. Assim, segundo a perspetiva de Gabler, as estrelas estão para os filmes que protagonizam, como as celebridades estão para aquilo que ele apelida de "filme da vida". A celebridade deve, por isso, ter uma grande história para se tornar conhecida e a sua manutenção como celebridade implica que a essa história sejam acrescentados novos capítulos (Gabler, 2001: p.5). O autor reconhece que nem sempre é necessária essa grande história para fazer nascer uma celebridade, na medida em que, por vezes, a sugestão de que possa haver uma narrativa que envolva sexo ou violência é suficiente.

Boorstin considerava que a celebridade estava diretamente dependente da publicidade dos seus feitos e que retirada essa publicidade a celebridade pereceria. Gabler (2001: p.8) tem uma posição diferente e acredita que a publicidade só desaparece quando a narrativa da celebridade perde interesse para os *media* e para a audiência. Há casos em que, mesmo após a morte, a narrativa das celebridades continua a despertar interesse, como são exemplo John Kennedy ou Marylin Monroe. Face à ideia de que a celebridade continua a ser uma celebridade mesmo depois de morrer, Gabler defende que o conceito precisa de um protagonista para dar novos rumos à sua história. Se a celebridade não estiver cá para protagonizar a narrativa e para o público sentir que a pode conhecer pessoalmente, falta algo de essencial. Assim, para o autor, a celebridade depende de algo tangível, que não é possível depois da morte. É por isso que as personagens como Harry Potter, Mickey ou Scarlett O´Hara não podem ser consideradas celebridades: falta-lhes uma narrativa pessoal e não são tangíveis.

Hartley (2004: p.39), por sua vez, considera que o termo celebridade está intimamente associado ao de identidade, notando que ele só existe "nas sociedades em que a identidade é uma importante questão sociocultural e política". É o caso das sociedades ocidentais atuais, onde vigora uma "cultura de entretenimento" e "a celebridade substitui o líder, o herói ou o santo". Gabler (2001), para quem a celebridade é uma forma de arte, considera-a como estética, no sentido em que a sua narrativa pode ser positiva ou negativa, mas isso

não significa que seja imoral. Desde que capte a atenção do público, não é importante se a celebridade por trás dela é considerada boa ou má. O autor dá como exemplo O.J. Simpson e parece-nos que o caso de Oscar Pistorious também se enquadra aqui. O atleta está preso por ter assassinado a namorada e o caso recebeu muita atenção mediática, porque suscitou interesse no público, apesar de o ato em si ser condenável.

Podemos resumir as principais caraterísticas da celebridade na visão de Graeme Turner (2004: p.3), para quem a celebridade contemporânea é alguém que emergiu das indústrias do desporto e do entretenimento, que tem visibilidade através dos *media* e cujas vidas privadas atraem mais interesse do público do que as suas vidas profissionais. Concomitantemente, a sua fama depende da sua proeminência e não dos seus feitos, pelo que o mais importante da celebridade reside na atração da atenção do público.

Turner (2004: p.4) resume os processos que caraterizam a indústria das celebridades, elencando as visões que cada setor tem destas personalidades. 1) Os colunistas dos meios de comunicação social populares e os intelectuais veem a celebridade moderna como um sintoma preocupante da mudança cultural rumo a uma cultura que privilegia o momentâneo, o visual e o sensacional em vez do estável, escrito e racional. 2) Aqueles que consomem e investem na celebridade descrevem-na como alguém com qualidades naturais e inatas, exclusivas de indivíduos extraordinários e descobertas pelos caçadores de talentos da indústria. Também a imprensa popular, a indústria da televisão e do cinema consideram que as qualidades que definem a celebridade são naturais e mágicas. 3) Pelo contrário, os académicos dos estudos culturais focam-se na celebridade como produto de vários processos culturais e económicos, nomeadamente a sua transformação em mercadoria através da promoção e publicidade, a sua implicação nos processos de formação da identidade cultural e os processos representativos empregues pelos *media* no seu tratamento como indivíduos proeminentes.

Segundo Turner (2004: p.8) o momento preciso em que uma figura pública se torna uma celebridade acontece quando o interesse dos *media* nas suas atividades é transferido do relato das suas funções públicas para a investigação dos detalhes das suas vidas privadas. Assim, é a partir da atividade pública da celebridade que se desencadeia o processo de celebrização, mas a atenção do público dirigida à celebridade pode ultrapassar os seus feitos e conquistas iniciais.

Para o autor, a universalidade da cultura das celebridades é a principal marca da sua versão contemporânea. Turner (2004: p.21) vê a celebridade como um processo mediático coordenado por uma indústria e como uma mercadoria ou texto que é consumido pela audiência e pelos fãs.

2.1.1 Origem das celebridades

A vida das celebridades, geralmente personalidades do mundo mediático com visibilidade, começou a ser objeto de maior atenção no século XX (Santos, 2011; Hartley, 2004; Turner, 2004), ainda que as origens desta tendência sejam do século anterior (Cashmore, 2006; Marshall, 2006). Com efeito, encontramos na primeira metade do século XX uma propensão, por parte de revistas e outras publicações, para o tratamento noticioso da vida das celebridades. Este fenómeno não terá sido imune à popularização da fotografia na imprensa e ao sucesso das revistas ilustradas nos países da Europa e nos Estados Unidos da América, a partir dos anos 20 do século passado.

Santos (2011: p.11) considera que desde então se vem fortalecendo um círculo vicioso que descreve do seguinte modo: "as estrelas precisam dos *media* para manter a fama, chegando ao ponto de revelar escândalos; os *media* precisam das estrelas para manter ou ganhar audiências". Esta evolução rumo ao aumento do grau de atenção mediática que é dado às celebridades também é referida por Hartley:

> "A promessa da fotografia e do teatro na construção da fama em eras anteriores foi agora certamente realizada com o aumento de formas mediáticas que incluem tabloides, revistas e canais de televisão centrados no entretenimento, como o «E» nos EUA, para não falar de uma miríade de websites de celebridades oficiais e não oficiais" (2004: p.39).

Também Cashmore (2006: p.74), que se centra na perspetiva norte-americana, diz que as celebridades como as conhecemos têm a sua origem no final do século XIX, com o aumento da circulação e atualidade dos jornais. A aceleração do processo foi contemporânea do desenvolvimento dos meios de comunicação social, nomeadamente das revistas ilustradas do início do século XX e do aparecimento da rádio.

Por sua vez, Marshall (2006: p.316) nota que as origens do jornalismo que aborda as personalidades famosas nos remete para o século XIX, tal como defende Boorstin (2006), lembrando que o conceito de celebridade começou a tomar forma no final do século XVIII e que veio a assumir uma ligação com o público diferente da já existente no que toca a figuras proeminentes do clero ou da nobreza. O autor atenta na celebridade enquanto

reconhecimento do poder do povo, na medida em que esta é, muitas vezes, a personificação do poder coletivo de um público que investe numa pessoa em particular. Assim, a democratização das sociedades durante o século XIX, as inovações subsequentes e o poder das massas ajudam a explicar a emergência da celebridade. Simultaneamente, também os jornais se modificaram e deixaram de ser produto de consumo de uma elite, para passarem a visar todos os interesses e as mais diversas inteligências: foi a chamada imprensa de massa, que passou também a integrar assuntos que interessassem ao povo e que, muitas vezes, abordavam a vida das celebridades. Marshall (2006: p.317) lembra este trajeto, apontando o escândalo e revelação de detalhes da vida íntima das figuras públicas, como uma das caraterísticas que foi sendo imputada à denominada imprensa cor-de-rosa.

Sobretudo, o autor aponta algumas razões para o crescente interesse do jornalismo pelas celebridades, entre o século XIX e o século XX. Desde logo o facto de as celebridades representarem exemplos de conquistas do indivíduo e, como tal, representarem uma possibilidade de qualquer um transcender a sua classe social. Em segundo lugar, a sociedade de consumo capitalista que começou a emergir estava em linha com a personificação da cultura de consumo patente nas celebridades enquanto atividade económica. Outro dos fatores prende-se com a alienação e anonimato trazidos no período pós-industrialização, fruto da urbanização e organização das cidades. Face a esta deslocalização do cidadão comum, a celebridade traz associada uma noção de familiaridade, potenciada também pelo tipo de jornalismo que acentua o lado íntimo e real das figuras públicas. A quantidade de detalhes sobre a vida das celebridades que os jornais disponibilizavam contribuía para estreitar ainda mais os laços do público com estas personalidades.

Cashmore (2006) mostra-se preocupado em analisar o interesse do público pela celebridade, situando no tempo alguns fatores que podem ajudar a explicar o aparecimento da cultura das celebridades. Desde logo a proliferação dos meios de comunicação social nos anos 80 e, na mesma época, a perda de confiança em líderes e estruturas de autoridade. Salientando que este caminho veio a ser construído em linha ascendente rumo a um maior interesse pelas celebridades, Cashmore (2006: p.4) considera que os fãs gozam hoje de maior poder na construção e destruição da celebridade, na medida em que são eles que a legitimam como tal.

Para o autor falamos, então, de celebridades que se limitaram a aparecer nos meios de comunicação social (Cashmore, 2006: p.8). Ao contrário da fama antes dos anos 80, que vinha sobretudo do talento, estas celebridades foram alimentadas e alimentaram os *media*. Para Cahsmore (2006: pp.9-10), a mudança de foco dos *media* nesta época prendeu-se com o aparecimento em força dos *paparazzi*, em simultâneo com uma diminuição do respeito pela linha que separa a vida pública da vida privada. Outro fator foi o surgimento da televisão por satélite e aumento da panóplia de canais disponíveis no espectro televisivo. Além disso, as formas mais leves de entretenimento conquistaram o público, por pedirem apenas um pouco da sua atenção e disponibilidade.

2.1.2 Tipologias de celebridades

Vários autores procuraram tipificar as celebridades consoante as suas origens, estatutos ou feitos. Segundo Alberoni, por exemplo, as pessoas que merecem uma atenção mais ampla e universal são, normalmente, as figuras ligadas ao poder, seja este poder político, económico ou religioso, cujas decisões têm impacto na sociedade. Alberoni (*cit. in* Turner, 2004: p.21) nota, no entanto, que além destes indivíduos encontramos outros, cujo poder institucional é limitado ou inexistente, mas cujos feitos e forma de vida alcançam um nível de interesse considerável. Estas estrelas, que não aquelas cujas ações influenciam as nossas vidas, existem na medida em que as suas atividades não são alvo de uma avaliação de acordo com as consequências que produzem para a coletividade. Aliás, a coletividade enquanto massa humana heterogénea é o modo como a estrela vê o público, mas esse público vê a estrela como um indivíduo, o que dificulta o relacionamento interpessoal.

James Monaco (*cit. in* Turner, 2004: p.21) distingue o herói, a estrela e o quasar. O primeiro tem como condição fundamental da sua existência ter alcançado um feito extraordinário para atrair atenção sobre si (caso dos astronautas, como considera o autor). A estrela conquistou reconhecimento pela sua *persona* pública e não tanto pelo seu perfil profissional, o que coincide com a teoria de Turner, para quem a celebridade começa a sê-lo no momento em que o interesse dos *media* é transferido do relato das suas funções públicas para a investigação dos detalhes das suas vidas privadas. Quanto à terceira categoria, o quasar, é uma espécie de celebridade acidental, que se tornou conhecida pelo seu envolvimento num processo que inclui outras celebridades, como é o caso de Monica Lewinsky.

Considerando que são figuras célebres todas as que beneficiem de exposição mediática, ou seja, exposição nos principais meios de comunicação social, é preciso sublinhar que os graus de notoriedade são variáveis, bem como os estatutos alcançados. "As celebridades são indivíduos que são notáveis pela sua identidade nos *media*", diz John Hartley (2004: p.39), conferindo-lhes um estatuto de figuras que alcançaram essa exposição pela via do seu trabalho, seja ele no campo da política, da representação, da música ou da literatura. Mas também o são os participantes da televisão-realidade ou os criminosos. Falamos de pessoas que atingem notoriedade, independentemente de ela ser mais ou menos fugaz. No limite poderemos definir vários níveis de celebridades consoante a origem da fama e o tempo que essa fama dura.

Nesta taxonomia da história das celebridades, Gabler (2001) considera que quanto mais célebre é a personalidade (dando o exemplo de Bruce Willis ou Bill Clinton), menos atrativa precisa de ser a sua narrativa. Ou seja, às grandes celebridades basta irem jantar a um restaurante para figurarem na imprensa. Por outro lado, as figuras públicas mais convencionais, que segundo esta investigação consideramos como vedetas, precisam de alimentar a sua narrativa central para obter a atenção dos *media* e quando essa narrativa se esbate elas são transformadas em celebridades menores.

Rojek (2001: pp.17-18), por sua vez, criou três categorias para definir o *status* das celebridades - *achieved*, *ascribed* e *attributed*. *Ascribed*, que numa tradução livre seria designada, define a celebridade pré-determinada, que o é por linhagem, por direito de sangue, como o caso do Príncipe William, por ser neto da rainha de Inglaterra e filho de Carlos e Diana. Pelo contrário, *achieved*, que significa conquistado, define a celebridade que alcançou esse estatuto pelos seus feitos, talentos ou competências, como por exemplo David Beckham que se destacou no mundo do futebol. Já a celebridade *attributed*, ou atribuída, é aquela que não tendo alcançado nenhum feito ou não se tendo destacado em nenhuma área, chegou a ser célebre por ser digno da atenção dos intermediários culturais, onde se incluem os meios de comunicação social de massas. Esta celebridade atribuída está na mesma linha de pensamento da celebridade como pseudo-evento humano que Boorstin defendeu em 1960.

Neste sentido, o termo *celetoid* foi introduzido por Rojek (2001: p.20) para englobar qualquer forma de atributo das celebridades e define-se como os acessórios da cultura, organizados à volta dos meios de comunicação social de massas, e cuja autenticidade é

encenada. Aqui o autor inclui personalidades que ganharam um grande prémio na lotaria, amantes de figuras públicas, cantores que só tiveram um tema de êxito na sua carreira, entre outros. O processo de fama por que passam estes *celetoids* é efémero, uma vez que se tornam conhecidos tão rapidamente como desaparecem de cena e, normalmente, a sua ascensão a este estatuto é precedida de um escândalo, como é exemplo Monica Lewinsky. Dentro dos *celetoids* existe ainda uma subcategoria, o *celeactor*, uma personalidade que deriva de uma criação satírica e que ou é momentaneamente ubíqua ou se torna caraterística da cultura popular, como a figura de Ali G, criada por Sacha Baron Cohen, ou Carrie Bradshaw, a personagem interpretada por Sarah Jessica Parker na série "O Sexo e a Cidade".

2.1.3 Celebridades, estrelas e vedetas

Segundo Hartley, no termo celebridade cabem mais categorias de identidade do que no conceito de estrela, que não está acessível a todas as celebridades. "Em comparação, a celebridade é entendida como tendo surgido sob as condições da pós-modernidade, em que a hiperprodução de imagens leva ao facto de alguns rostos e corpos serem mais reconhecíveis do que outros" (2004: p.39). E apesar de o rosto de um participante num *reality show* ser altamente reconhecível, fruto da repetição da sua imagem nos *media*, isso não faz dele uma estrela, no sentido em que ele não nasceu da história do cinema, mas sim dos mecanismos de produção de massa da indústria televisiva. Ainda assim, e como veremos, as noções de celebridade e de estrela confundem-se.

Quanto ao conceito de estrela, esta é considerada "produto de um meio em particular", como por exemplo a indústria de Hollywood (*idem*) ou do *star system* brasileiro (Coelho, 2011: p.200). Cordova (2006: p.91) defende, aliás, que o *star system* povoado pelos atores e atrizes é contemporâneo das estrelas de cinema, enquanto personalidades que levam os indivíduos a pagar para as ver assumir um papel ficcional.

Esta ideia de que o cinema cria estrelas também está presente em Campbell (1990: p.30), quando afirma que "o cinema parece criar imagens grandiosas, enquanto a televisão cria meras celebridades". Esta é uma das formas de estabelecer a diferenciação e tem subjacente a ideia de que as estrelas nascem do grande ecrã e são menos voláteis do que as celebridades, oriundas do panorama televisivo. Campbell considera que esta diferenciação pode relacionar-se com o local a partir do qual o público tem acesso a cada uma delas. Para

o autor é diferente ter acesso às personalidades da televisão na sala de estar ou às estrelas de cinema numa sala especialmente concebida para a exibição do filme.

De facto, o estrelato está intimamente ligado com a indústria cinematográfica. Hartley diz que "as estrelas demonstram a relação entre a produção e o consumo, e entre produtores e consumidores. Ao contrário da noção de celebridade, o conceito de estrela é específico da história do cinema. Teve origem na produção fílmica de Hollywood" (2004: p.106).

Já Coelho (2011: p.200) considera que as personagens das telenovelas da Rede Globo de Televisão integram o *star system* brasileiro e podem ser comparadas à indústria de celebridades produzidas por Hollywood. A autora diz que a híper-exposição destes atores e atrizes lhes confere o estatuto de celebridades, com a consequente aparição nos *media* e solicitação para a sua presença em eventos sociais.

Santos (2011: p.11) faz a diferenciação entre as estrelas e as celebridades, integrando também a noção de vedeta, considerando que as primeiras usufruem de "elevada fama, mas curta duração". O autor não assenta o seu trabalho nesta ideia de estrela como fruto da indústria cinematográfica, convocando autores como Marshall (*cit. in* Santos, 2011: p.11), para quem as estrelas se inserem na economia dos *media.* Nesse sentido, defende que ser estrela é ter seguidores e representar um modelo a seguir por eles. Santos tem, por isso, um entendimento de estrela igual ao entendimento de celebridade que Hartley aponta. Aqui é valorizado o conceito de exposição mediática, ou seja, para o investigador, determinada celebridade poderá alcançar o estatuto de estrela ganhando "densidade publicitária e, até, dimensão sociológica".

Quanto às vedetas, o autor (Santos, 2011: p.12) diz que estas ambicionam tornar-se estrelas, acrescentando que as celebridades são as personagens, e não as personalidades, conhecidas por se terem notabilizado.

2.1.4 A importância das audiências

Tendo em consideração a conceção de celebridade, é preciso destacar a relevância que assumem os fãs e as audiências. Segundo Rojek (2001: p.74) os fãs sentem-se atraídos pelas celebridades por três razões primordiais: a atração sexual, a admiração pelos bens que elas possuem e pela aclamação que os *mass-media* fazem destas personalidades. "A celebridade tem a contrapartida no fã, indivíduo que quer saber tudo sobre a sua estrela ou celebridade: gostos, hábitos e projectos", diz-nos Santos (2011: p.13). Para o autor, são os

media que dão o acesso a um maior conhecimento sobre as celebridades. Já Hartley (2004: p.39), valoriza a questão da subjetividade do consumidor dos *media*, considerando que a celebridade age como sinal ou texto mediático.

Considerando que hoje as celebridades derivam da cultura popular e integram-se na cultura de entretenimento, Hollander (2011: pp.73-74) aponta o fenómeno da imitação da vida destas celebridades por parte do público e fãs que as seguem. Refere ainda a avidez desse mesmo público por obter detalhes sobre a vida das celebridades que idolatram e a veneração exacerbada, que se traduz em perseguições e procura por um encontro cara a cara com estes protagonistas do mundo da fama. Para o autor não existe uma justificação válida para tamanha relação e admiração com alguém que apenas conhecemos de forma mediada (através da televisão ou da assistência à sua forma de arte) e esta identificação unilateral com a celebridade é sinónimo de uma sociedade sem objetivos.

Moraes e Rocha (2011: p.105) trataram o tema dos famosos na sociedade brasileira e, mais concretamente, a partir de uma publicação centrada na vida das celebridades: a revista Caras. As autoras dizem que aparecer nas páginas desta revista é sinónimo de *status* e é uma reafirmação da fama já conquistada em outros meios como a televisão. Na Caras falamos de uma representação da celebridade como alguém que pode ser visto, mas não tocado, sendo o papel da revista proporcionar intimidade entre o leitor e a personalidade. Aqui o foco é a vida pessoal e mesmo íntima da celebridade, que muitas vezes mostra a sua casa ou família.

A relação do público com celebridades, *celetoids* ou *celeactors* é sempre dominada pela imaginação, diz Chris Rojek (2001: p.26), deixando claro que os conceitos de fantasia e desejo não ficam de fora destes relacionamentos. Os meios de comunicação social são os principais mediadores entre fãs e celebridades, o que faz destas relações superficiais. No limite, a fantasia do fã pode chegar a ser uma obsessão e essa obsessão pode significar, por exemplo, que quando a celebridade morre, o fã decide que não vale a pena continuar a viver.

O elevado grau de identificação do fã em relação à celebridade, bem como a projeção de sentimentos do público em relação à figura pública, pode levar-nos a estabelecer um paralelismo entre a idolatria e a religião. As relações parassociais estabelecidas entre o público e as celebridades e mediadas pelos órgãos de comunicação social são abordadas

por autores como Turner (2004) e Rojek (2006). Para Turner (2004: p.93), falamos de relações mais espirituais do que sociais, nomeadamente no que toca aos aspetos religiosos que se seguem à morte de celebridades (memoriais que são erguidos ou reuniões de fé).

Chris Rojek (2006: p.52), por sua vez, fala numa interação parassocial para definir a relação de intimidade entre o fã e a celebridade, construída através dos meios de comunicação social e não através de um contacto direto. Para Rojek, a distância entre o público e a figura pública é compensada pela imensa produção de conteúdos televisivos, radiofónicos e impressos, que são uma forma de personalizar a celebridade, uma figura distante que assim se torna significante. Cria-se aqui uma relação unilateral, que pode ser olhada como uma forma de adoração semelhante à religião, conceito que foi posteriormente explorado por Cashmore (2006: p.254), que desenvolveu a ideia da devoção às celebridades, estabelecendo um paralelo com a devoção religiosa. Para o autor existem níveis de devoção, sendo o mais baixo de todos aquilo que a maioria dos fãs faz, ou seja, ler sobre as celebridades e assistir a conteúdos que elas protagonizam. Do outro lado desta escala de devoção está a obsessão com os detalhes da vida da personalidade famosa e o comportamento compulsivo em relação a ela, ações que têm paralelo com o fanatismo religioso.

Rojek sublinha que o paralelo com a adoração religiosa é reforçado pelo facto de o público atribuir poderes mágicos e/ou extraordinários à celebridade que admira, conceito que relaciona a cultura das celebridades com o xamanismo, que se refere às práticas mágicas e espirituais. Procurando estabelecer paralelos entre as crenças religiosas e as práticas inerentes à cultura das celebridades, o autor aponta fatores de convergência. Desde logo a construção de relicários, por parte do fã, como forma de se aproximar da celebridade, compostos por pastilhas elásticas mascadas pela figura pública, pontas de cigarro ou o sabonete por ela utilizado. Paralelamente, muitos fenómenos do culto dos mortos utilizam as chamadas relíquias do morto, objetos que fizeram parte da sua vida e que são preservados. Atualmente as consideradas relíquias das celebridades podem alcançar preços muito elevados e incluem ainda vestidos usados pelas personalidades, guitarras, autógrafos. A romagem aos cemitérios onde as celebridades falecidas estão enterradas, bem como às casas que elas habitaram também contém traços da adoração associada à religião. Por último, o autor estabelece um paralelo entre a partilha do pão e do vinho na religião cristã, como símbolo de partilha do corpo de Cristo, com o mundo e o ritual de

espalhar as cinzas da celebridade falecida por um local partilhado por todos, dando como exemplo o lançamento das cinzas do jogador de futebol Bill Shankly na cidade-mãe do Liverpool Football Club (Rojek, 2001: pp.58-61).

Na defesa desta convergência entre as crenças e práticas religiosas e a cultura das celebridades, Rojek (2006: p.64) defende que existem figuras públicas, como Elvis Presley ou John Lennon, cuja morte serviu para os elevar a uma condição sobre-humana.

Rojek considera ainda que existem rituais de ascensão e queda na cultura das celebridades, que originalmente foram desenvolvidos na religião primitiva. Segundo o autor (Rojek, 2001: p.75) as crenças e rituais de ascensão das celebridades estão organizadas à volta de três temas principais: a elevação, a magia e a imortalidade. A elevação da celebridade acima do público está diretamente relacionada com o seu sucesso e com a ubiquidade da sua presença nos mais diversos meios de comunicação social. Ainda assim, o poder da celebridade é diretamente proporcional ao reconhecimento do público e é por isso que esta elevação é uma das caraterísticas permanentes do estatuto honorífico da celebridade. Em segundo lugar, a magia é o tema dominante, sobretudo quando falamos de estrelas de cinema que protagonizam truques no grande ecrã, ou das celebridades desportivas que o fazem em campo. Além disso, está associada com a aura que rodeia a celebridade e que é alimentada pela ilusão de proximidade entre ela e o público. Quanto à imortalidade, o facto de a morte não apagar a notoriedade de certas figuras públicas é visível, sobretudo na era em que vivemos, na preservação da sua imagem através de filmes e fotografias.

Por outro lado, a queda das celebridades está, por vezes, relacionada com comportamentos que modificam a imagem da celebridade (drogas ou álcool, por exemplo). Segundo Rojek (2001: p.80) há três formas de isto acontecer: a flagelação, a desintegração e a redenção. A primeira tem a ver com a degradação sistemática do *status* da celebridade, quer por motivos internos (auto-degradação), quer por motivos externos à personalidade (exo-degradação). Os casos extremos de flagelação levam à desintegração, ou seja, todos os traços que caraterizavam a celebridade desapareceram por completo e já não podem ser recuperados. Nestes casos é comum a personalidade chegar ao suicídio ou morrer fruto dos excessos cometidos. Por último, a redenção acontece face ao desinvestimento dos fãs nas celebridades, fruto da sua auto ou exo-degradação. Nestes casos, em que a imagem está degradada aos olhos dos fãs, as celebridades procuram redimir-se, numa tentativa de readquirir o seu estatuto anterior, quer confessando os seus erros, quer pedindo a

absolvição do público. A redenção não se verifica em todos os casos e, quando acontece, a celebridade não volta a ocupar o mesmo lugar que tinha antes na esfera pública.

Resumindo, e ainda que reconheça que algumas celebridades assumem um significado sagrado para os espetadores, Chris Rojek (2001: p.209) lembra que as religiões organizados continuam empenhadas em produzir uma visão geral da ordem social e espiritual. Por sua vez, a cultura das celebridades motiva emoções intensas de identificação e devoção, mas é fragmentada e instável, sendo incapaz de sustentar uma visão abrangente e fundamentada da ordem social e espiritual. Ainda assim, e face ao declínio da religião no Ocidente, a cultura das celebridades é vista por Rojek como uma instituição importante no que toca à integração social.

2.1.5 A ascensão do homem comum

A questão do comportamento vulgar, no sentido do que é corriqueiro e comum, também é imputado às celebridades, como uma caraterística que estas possuem. "Um aspecto de atracção que as celebridades exercem é que representam o vulgar, as histórias com celebridades envolvem muitas vezes estas pessoas extraordinárias em contextos quotidianos/vulgares de divórcio, consumo de drogas, questões de peso e romance" (Hartley, 2004: p.39). Marshall fala num "triunfo das massas" através das celebridades. Para Hartley, no entanto, a celebridade representa, isso sim, "a possibilidade de representações populares em relação a assuntos privados/vulgares numa esfera há muito dominada por modelos de civilidade ultrapassados".

O carisma é outra das caraterísticas imputadas às celebridades. Zúquete (2011: p.23) fala sobre o facto de este conceito ter sido redimensionado e diluído na noção de celebridade, entendida como "zona mediática que dissolve a distinção entre o privado e o público e onde o lugar da revelação (ou seja, aquilo que identifica alguém como extraordinário) não é mais a façanha ou o mesmo feito, mas a personalidade – e a inerente capacidade de entretenimento – das próprias figuras". É precisamente por derivar da sociedade de massas, que o autor diz que esta cultura das celebridades valoriza a imagem e o visual e que os critérios para transformar alguém em celebridade já não passam apenas pela linhagem ou mérito, mas também, e sobretudo, pela beleza ou excentricidade. Zúquete considera que mesmo o próprio público se identifica com determinada celebridade "porque ela representa a possibilidade de fluidez social, e de reconhecimento público, acessível a todos, desde que se afirmem como celebridade" (2002: p.24).

Machado Gomes (2015: p.57) diz que no início do século XXI o desporto transformou-se na "indústria de entretenimento mais conhecida e mais vista em todo o globo" e considera que, na atualidade, a celebridade desportiva representa o homem comum que "pode ascender à notoriedade através da demonstração dos seus feitos". Neste campo, o valor de cada um é facilmente mensurável através das estatísticas que acompanham a atividade desportiva. Observando algumas particularidades da celebridade no mundo desportivo, o autor afirma que o desporto de competição "inicia a construção de uma estrutura de oportunidades aparentemente universal, formas de mérito padronizadas e estratégias de obtenção de estatuto e mobilidade social. A democratização da reputação dissolve o estatuto do antigo herói numa estrutura de oportunidades em que, supostamente, todos podem ter acesso ao estatuto de celebridade" (Machado Gomes, 2015: p.58).

Não falamos aqui da celebridade instantânea, pois há que cumprir determinados requisitos para ascender a esse estatuto, mas a perspetiva do autor deixa clara a ideia de que as conquistas que eram atribuídas aos heróis, são hoje as realizações que transformam o desportista em celebridade. A diferença, diz Machado Gomes, é que, nos anos 60 do século passado, estávamos perante uma série de personalidades do mundo desportivo conhecidas pelos seus feitos e, hoje em dia, volvidos mais de 50 anos, as celebridades desportivas vivem não só das suas conquistas, mas também da atenção que recebem dos meios de comunicação social.

> "A construção das celebridades desportivas pela comunicação de massas é feita a partir de visões unidimensionais e maniqueístas. Os *media* criam com frequência narrativas que opõem os heróis aos vilões desportivos. A boa conduta de Lineker[10] é comparada com a vilania de Vinnie Jones[11]; a brutalidade de Dennis Rodman[12] é oposta à rectidão de Jordan[13]. No entanto, assim como os *media* os podem erguer aos píncaros também os podem atirar abaixo do pedestal como os casos de Armstrong[14] e Pistorius[15] recentemente demonstram, ou os casos de Maradona[16] e Gascoigne[17] demonstraram no passado" (Machado Gomes, 2015: p.59).

[10] Gary Lineker é um ex-futebolista inglês, que se tornou um símbolo de fair-play por nunca ter recebido nenhum cartão vermelho, nem amarelo, em toda a sua carreira. Jogou no Leicester City, Everton, Barcelona, Tottenham Hotspur e Nagoya Grampus Eight.

[11] Vinnier Jones é um ex-futebolista inglês, que tinha um estilo de jogo muito agressivo. O médio jogou em clubes como Wimbledon, Leeds United, Sheffield United e Chelsea.

[12] Dennis Rodman é um ex-jogador de basquetebol profissional norte-americano conhecido pelo seu estilo agressivo em campo.

[13] Michael Jordan é um ex-jogador de basquetebol profissional norte-americano considerado por muitos o melhor jogador de todos os tempos da modalidade.

[14] Lance Armstrong é um ex-ciclista profissional norte-americano que venceu várias provas da modalidade, mas que perdeu todos os títulos depois de 1998 por uso de dopping.

No fundo, trata-se de ultrapassar a mera carreira desportiva, para fazer parte da indústria mediática, participando em séries e novelas, estando presente em videojogos ou em programas televisivos. Também a vida pessoal destas celebridades desportivas assume um papel preponderante, ao ser alvo de tratamento exaustivo por parte das revistas cor-de-rosa.

> "O mundo das celebridades é um mundo que repousa na opinião. A renúncia ao segredo é o preço a pagar para aceder ao estatuto de celebridade neste mundo da notoriedade. Para ser conhecido é preciso aceitar revelar tudo sem nada esconder ao seu público. (…) Daí que as celebridades desportivas estejam permanentemente confrontadas com os exercícios confessionais, habitualmente realizados através dos *media*. As vedetas aceitam assim renunciar à sua vida privada" (Machado Gomes, 2015: p.63).

Para o autor, e particularizando o caso desportivo, ser grande não é apenas definido pelos feitos profissionais, mas também pelo grau de exposição perante os *media*, face ao número de seguidores nas redes sociais e ao volume de reações positivas da opinião pública. Turner (2004: p.19) já havia notado que o discurso de excelência subjacente ao desporto poderia dar a ideia de que as celebridades desportivas não se encaixavam no mesmo padrão das restantes celebridades. No entanto, o autor considera que apesar do processo que colocou sobre elas a atenção do público ser diferente, as celebridades desportivas estão sujeitas aos mesmos processos mediatizados de celebrização, ou seja, da passagem do estatuto de figura pública para o estatuto de celebridade. Esses processos consistem, sobretudo, na atenção primária dos *media* ser dirigida às suas vidas privadas e, secundariamente, às suas vidas profissionais, caso de David Beckham ou de Anna Kournikova.

2.1.6 A fama que alimenta a celebridade

Rockwell e Giles (2009: p.179) afirmam que a fama é considerada um fenómeno longo e estável, que deriva da sociedade de massas, tipicamente urbana, na qual os indivíduos são glorificados pelos seus atos. Pelo contrário, a celebridade é vista como um fenómeno moderno, relacionado com os meios de comunicação de massa, provocado pelos jornais, revistas, televisão, internet e todas as formas de arte, tecnologicamente sofisticadas, como

[15] Oscar Pistorius é um ex-atleta olímpico e paralímpico que, por não ter pernas, usava próteses de fibra de carbono. Em julho de 2016 foi condenado a seis anos de prisão pelo assassinato da namorada Reeva Steenkamp.

[16] Diego Maradona é um ex-jogador de futebol argentino, que chegou a ser considerado um dos maiores jogadores do mundo, mas que enfrentou várias polémicas devido ao seu envolvimento no mundo das drogas.

[17] Paul Gascoigne é um ex-futebolista e ex-treinador de futebol inglês, que viu a sua carreira como jogador comprometida devido ao vício do álcool.

o cinema e a música *pop*. Para os autores, a fama relacionada com a condição de alguém ser glorificado, enquanto a celebridade está mais ligada à exposição mediática. Ainda assim, ambos coexistem na cultura contemporânea.

Para Gabler (2001: p.10) a fama é uma condição adquirida pela sobre-exposição aos *media*. Já a celebridade precisa de uma narrativa pessoal que seja interessante, quer para o público quer para os meios de comunicação social, e precisa de ser tangível, no sentido em que não pode ser uma personagem ficcional nem pode ter morrido.

A realidade americana é bem mais alargada, no que toca ao sistema mediático e seus protagonistas. Hollander considera que o fenómeno das celebridades nasceu no seio da sociedade americana e distingue-o do conceito de fama: "sempre existiram pessoas famosas, mas as celebridades são muito mais recentes" (2011: p.61). O autor diz que as celebridades têm uma importância considerável na sociedade americana, facto facilmente verificável, por exemplo, pelo enorme volume de publicidade a que elas têm direito, o seu elevado rendimento e estatuto privilegiado. Hollander (2001: p.62) considera ainda que o público se sente atraído por tudo o que representa a celebridade (dinheiro, beleza, status, publicidade, etc.), que não contesta o estatuto de celebridade adquirido por muitas pessoas e que as caraterísticas acima mencionadas como representantes da personalidade se assumem como tudo o que eles, anónimos, não têm. O autor considera que "as vidas das celebridades implicam quase tudo de que carecem as vidas dos americanos comuns" (*idem*).

Para o autor este fenómeno do culto da celebridade é relativamente novo, na medida em que está ligado ao fenómeno da modernidade e das tecnologias que ajudam a disseminar as imagens das celebridades. Hollander questiona-se sobre a razão pela qual as celebridades substituíram as pessoas famosas e os heróis culturais do passado, mantendo a ideia de que, hoje em dia, ser conhecido não é o mesmo que ser uma celebridade e, para tal, é imprescindível o papel difusor dos meios de comunicação social.

Hollander (2011: p.64) aponta algumas diferenças entre o que era ser-se famoso antes das tecnologias modernas ou ser-se uma celebridade numa época em que esta categoria está diretamente relacionada com a disseminação da sua imagem através dos meios de comunicação social. Desde logo porque, atualmente, para se ser uma celebridade existe um conjunto de feitos ou pretextos muito mais diversificados do que as qualificações para

quem, no passado, era considerado famoso. Além disso, o estatuto da celebridade hoje em dia não perdura, uma vez que o público (o autor refere-se aqui ao público americano em particular) tem uma atenção limitada, o que contribui para uma recorrente ascensão e queda as celebridades (Hollander, 2011: p.65). O autor aponta ainda outra diferença: beleza é um critério quase indispensável para se ser uma celebridade nos dias que correm.

Também para Cintra Torres (2011: p.81), o aparecimento dos *mass media* criou e desenvolveu o conceito de celebridades e estas estão intimamente ligadas com a cultura mediática, numa estrutura triangular: as elites político-industriais, os órgãos de comunicação social como mediadores e as massas consumidoras. Assim, as celebridades são criadas por elites e pela própria indústria mediática e mantêm-se no ativo face ao consenso e aceitação dos consumidores que a elas têm acesso através dos *media*.

Cashmore (2006: p.6) lembra, aliás, que o talento da figura pública não tem de estar relacionado com o seu *status*, pois muitas vezes as celebridades gozam de um status elevado e não têm qualquer talento reconhecido (caso dos participantes de *reality shows* ou das celebridades atribuídas que Rojek considera na sua tipologia). As celebridades produzidas pelos *reality shows* são, para Cashmore (2006: p.189) a prova de que alguém pode ser famoso, apenas por ser reconhecido. Este tipo de programas mostrou, ainda, a dissipação do *status* da celebridade, pois os *reality shows* trazem ao público o fascínio pelas pessoas comuns, levando as celebridades a sair dos seus pedestais (Cashmore, 2006: p.202).

Desta discussão resulta evidente a centralidade do grau de atenção que os meios de comunicação social dedicam às figuras públicas, sejam elas apelidadas de celebridades, vedetas, estrelas ou famosos.

2.1.7 As celebridades vistas da perspetiva televisiva

Cintra Torres (2011: pp.84-85) enumera cinco caraterísticas estruturais da comunicação televisiva que ajudam a compreender as celebridades no contexto da sociedade do espetáculo. Desde logo a audiovisualidade que nos coloca cara a cara com a personalidade; a transmissão em direto que nos aproxima dos protagonistas do outro lado do ecrã; a naturalidade, muitas vezes simulada e artificial que passa na televisão; a emocionalização do relato e da comunicação; e por último os programas televisivos que favorecem a presença pessoal no ecrã, como *reality shows* ou programas de conversa. O autor

considera, por isso, que a televisão não só dá espaço e legitima as celebridades, como muitas vezes as fabrica.

Cintra Torres (2011: pp.87-89) faz uma tipologia das diferentes celebridades televisivas, começando pelas estrelas, cujo estatuto de celebridades deriva de um trabalho reconhecido num campo das artes, como o cinema ou a música. Depois temos as celebridades ou famosos, cuja vida profissional (em exclusivo ou de forma parcial) é a própria exploração do ato de ser célebre. Neste caso, as celebridades cuja única atividade profissional é a venda da sua fama encaixam-se na categoria de Boorstin (2006): o indivíduo que é conhecido por ser conhecido. Seguem-se os conhecidos, que tomam parte em programas televisivos como os *reality shows* e dentro dos quais se insere um subtipo: os conhecidos por um dia, que tiveram os seus 15 minutos de fama graças a um qualquer feito que foi difundido pelos *media*. À margem desta tipologia o autor situa as personalidades que vivem fora do panorama mediático e exibem a sua riqueza como modelo de celebridade. Na tipologia elaborada por Cintra Torres existe uma transitoriedade, que permite substituir uma celebridade por outra recém-chegada à base da pirâmide ou permite, até, subir na hierarquia.

Cintra Torres (2011: p.90) tem em conta o facto de a televisão transformar os seus próprios protagonistas (aqueles que só existem porque protagonizam programas emitidos pela televisão) em celebridades, independentemente de acolher as celebridades nascidas no exterior. Assim, sejam participantes de *reality shows* ou apresentadores de programas, são construídos a partir da televisão e ganham um estatuto que se traduz em maior tempo de antena nos *media* e maior rentabilidade.

O conceito de *democratainment*, uma junção dos termos democracia e entretenimento, foi introduzido por Hartley, em 1999, como extensão de dois híbridos já identificados: *infotainment* (mistura entre informação e entretenimento) e *edutainment* (mistura entre educação e entretenimento). O autor defende, assim, que "nas democracias comerciais, a participação pública nos assuntos públicos é, cada vez mais, levada a cabo através de meios de entretenimento altamente mediados e por instituições comerciais, em vez de instituições públicas" (Hartley, 2002: p.69).

Graeme Turner (2006b: p.157) concorda com a ideia de que houve uma abertura no acesso das minorias aos *media* e que o maior número de conteúdos nos meios de comunicação

social pode resultar no facto de os poderes de determinação pessoal reforçados passarem a estar disponíveis para os consumidores dos *media*. Apesar disto, Turner diz que a vertente da democracia no *democratainment* é apenas ocasional e acidental, enquanto consequência da vertente do entretenimento, na medida em que são as indústrias mediáticas que detêm o controlo da economia simbólica da categoria das celebridades e que elas operam esta economia em função dos seus próprios interesses. É por isso que o autor diz que estas mudanças são demóticas e não democráticas (Turner, 2006b: p.158).

Graeme Turner (2004: p.83) introduziu um termo – "demotic turn" –, ou mudança popular, que descreve as alterações face à crescente visibilidade de que são alvo as pessoas comuns quando se tornam em objeto do conteúdo dos *media*, no âmbito da cultura das celebridades, *reality-shows*, blogs ou outros meio semelhantes. O termo denota ainda a proliferação das celebridades nos meios de comunicação social, a partir dos anos 80 do século XX, e o seu relacionamento com estes meios. Para o autor, há um novo campo de relações entre os *media* e a cultura, na medida em que, sobretudo a televisão, desenvolveu a capacidade de construir identidades e essa capacidade tem vindo a produzir efeitos sociais, que vão além dos fenómenos como o Big Brother. Segundo Turner (2006b: p.155), desde sempre que as pessoas comuns foram "descobertas" e "retiradas" da sua vida rotineira para serem transformadas em estrelas, sobretudo na indústria do cinema e da música, mas recentemente esta prática sofreu um crescimento exponencial, com a eclosão e desenvolvimento dos *reality-shows*. Trata-se de um fenómeno observável, quer na procura quer na oferta, o que significa que os novos formatos televisivos aumentaram a procura por pessoas comuns que desejem tornar-se famosas. No entanto, este crescimento rápido da celebridade televisiva é acompanhado de uma queda igualmente veloz e, como tal, Turner encara esta produção das celebridades televisivas como uma manufatura em que a obsolescência do produto faz parte das suas características: são os celetoides, tal como os definiu Chris Rojek.

Para Turner (2006b: p.156) a questão primordial prende-se com as mudanças operadas e com as mutações do próprio conceito de celebridade, que deixa de ser apenas uma condição mágica e exclusiva. O desenvolvimento mais importante é, pois, o facto de os *media*, particularmente a televisão, terem introduzido uma maior integração vertical (controlo de todo o processo de produção, distribuição e venda) na estrutura industrial que produz as suas celebridades. A televisão já não se limita apenas a explorar as celebridades,

pois percebeu que também pode inventar, produzir e vendê-las numa escala maior do que nunca. Este controlo da criação e manutenção da figura célebre permite ao canal subordinar a personalidade às necessidades de cada programa ou formato específico. Para Turner (2006b: p.157), a dimensão com que isto é feito hoje em dia e a visibilidade universal que os seus produtos mais bem-sucedidos conquistam fazem desta uma mudança significativa, quer em termos de produção e consumo da celebridade, quer no que toca ao modo como os *media* agora participam na construção cultural da identidade e do desejo.

2.1.8 O caso dos *reality shows*: como os *media* constroem a celebridade

Face à distinção já aqui efetuada entre celebridade e estrela, concluímos que a segunda habita num determinado *star-system*, ou seja, uma espécie de universo à parte ligado a uma indústria específica. Se aqui se enquadra a indústria de Hollywood e de telenovelas brasileiras, podemos considerar os *reality shows* como um tipo de *star-system*, na medida em que estes se situam num meio específico (televisão) e produzem celebridades que emergem do anonimato e ganham fama face à constante exposição mediática na televisão, em primeiro lugar, e nas revistas da especialidade, em segundo lugar. Assim, no que toca ao estrelato advindo dos *reality shows*, Cintra Torres (2002: p.40) já havia teorizado sobre os ritos de passagem do anonimato para o estrelato (numa alusão aos ritos homónimos defendidos por Van Gennep). O autor fala sobre as tarefas a cumprir, o espaço geográfico e territorial e as regras que os concorrentes dos *reality shows* (no caso o Big Brother[18]) aceitam para transitar de um mundo em que são comuns mortais para um mundo mediático e repleto de celebridades. Lembrando a tipologia de Gennep, Cintra Torres (2002: p.41) diz que o Big Brother se constitui como um rito de transição (entendidos enquanto ritos de iniciação) e tem caraterísticas dos ritos de separação e de incorporação. Enquadra aqui outro tipo de *reality shows* e faz a analogia com a teoria de Van Gennep:

> "Todos eles têm uma cerimónia inicial de separação, todos têm provas de iniciação durante o rito de transição, todos têm rituais de expulsão e de incorporação dos concorrentes, todos fazem do apresentador um sacerdote ou «director de cerimónias» (a expressão é de van Gennep)" (Cintra Torres, 2002: p.41)

[18] O Big Brother é um programa televisivo, criado em 1999 por John Mol, um executivo da televisão holandesa e sócio da empresa Endemol. O conceito do programa consiste na reunião, dentro de uma casa, vigiada por câmaras, de mais de uma dezena de participantes, privados de contato com o mundo exterior durante três meses. O objetivo é permanecer na casa até ao último dia do programa, sendo a escolha realizada sucessivamente pelo público. O nome de Big Brother inspira-se no livro de George Orwell, 1984, e no facto de existir um apresentador do programa que é o único contato entre os participantes do concurso e o exterior.

Para o autor, falamos de "um rito de transição do anonimato e da pobreza para a aristocracia do ser-se conhecido ou do estrelato nos *mass media* da sociedade do espectáculo contemporânea". Cintra Torres lembra que os concorrentes deste tipo de programas televisivos apenas de submetem a determinadas provas, e até rituais de submissão, para atravessar essa fronteira entre o anonimato e o estatuto social do reconhecimento, algo que anteriormente só era possível através do casamento com alguém de um escalão social superior. Este modo de ascensão social traduz-se no facto de que, em plena sociedade do espetáculo, o "ser-se conhecido" é sinónimo de acesso a um melhor modo de vida e oportunidades de trabalho (2002: p.42).

Mas se a legitimação do estrelato nestes programas acontece mediante os votos do público, estes *reality shows* criaram várias figuras conhecidas para além do vencedor, contribuindo para isso, entre outros fatores, os relacionamentos amorosos dentro do programa. Em outro género de formatos televisivos, mais virados para a música, como os chamados concursos de talentos, Cintra Torres (2002: p.43) reconhece ainda maior visibilidade na passagem para o estrelato, visto que o prémio é muitas vezes a gravação de um disco ou participação num espetáculo. No entanto, nestes programas existe a ideia de superação de várias provas públicas, demonstrando um talento, como seja cantar ou dançar. No caso do Big Brother o acento tónico está no voyeurismo e nas estratégias de sensacionalismo.

Por sua vez, Turner defende a construção da celebridade como uma atividade que a indústria dos *media* assumiu, e mais concretamente a televisão, enquanto estratégia que visa tornar a economia da celebridade num resultado da sua programação. Recordando que o estatuto de celebridade pode ser conferido de forma totalmente arbitrária (caso das celebridades acidentais), o autor nota a importância das estratégias comerciais e da vontade do público, duas forças que se digladiam e se equilibram no processo de conferir visibilidade à personalidade. Para Turner (2004: p.60) os concorrentes do programa Big Brother são o exemplo da celebridade fabricada, sendo que os mesmos são escolhidos pela sua capacidade de entreter o público e não pelo mérito pessoal e profissional. Estes candidatam-se porque querem uma exposição mediática suficiente para se tornarem famosos. O programa é garantia disso mesmo, ainda que em diferentes níveis para diferentes participantes, consoante permaneçam mais ou menos tempo na casa, sejam mais ou menos polémicos e empáticos com a audiência. Segundo o autor, as celebridades produzidas pelo programa são substituíveis e cada nova série produz novas celebridades.

2.1.9 Celebridade como atividade económica

Seja qual for a sua proveniência ou tipologia, para Cintra Torres (2011: p.95) a celebridade está estruturada como uma atividade económica, na medida em que se trata de "uma indústria de pessoas, enquanto serviços, seguida, muitas vezes, de produtos materiais (publicações, roupas, objectos, etc.)". Aqui o valor transacionável é a própria pessoa e a sua imagem, sendo que cada celebridade tem um valor de mercado para participação em festas e eventos sociais de todo o tipo. O autor chama a atenção para muitos destes famosos fazerem da sua celebridade a sua profissão e precisarem da exposição mediática para aumentarem a sua visibilidade e o seu valor de mercado. E se por um lado a televisão desempenha um papel importante, por outro lado não podemos esquecer a imprensa cor-de-rosa.

Turner (2004: p.34) argumenta que as celebridades são desenvolvidas para fazer dinheiro através dos seus nomes e imagens, para si próprios e para os outros. Exemplo disto é a utilização destas personalidades associadas a campanhas de promoção de determinados produtos. É por isso que o desenvolvimento do perfil público da celebridade é um negócio e, como tal, carece de um gestor, que no caso destas personalidades configura o *manager* enquanto pessoa responsável por gerir os interesses pessoais e comerciais. Face à noção da efemeridade do estatuto de celebridade, muitas vezes importa criar estratégias que visem a maximização do lucro em curto espaço de tempo.

Procurando circunscrever os contextos que definem a indústria das celebridades, Turner recorre ao trabalho de Rein et al (*cit. in* Turner, 2004: p.41), para quem esta indústria tem no desporto e no entretenimento as suas principais áreas de expressão. De acordo com os autores, a indústria das celebridades é suportada por sete subindústrias, que não são exclusivas da primeira, mas que contribuem para o seu funcionamento. São elas a indústria do entretenimento (teatros, cinemas e estádios); a indústria das comunicações (jornais, rádios, televisões, revistas e filmes); a indústria da publicidade (relações-públicas, agências de publicidade e empresas de marketing), que promove a atividade das duas primeiras; a indústria da representação (agentes, gestores e promotores), que lida com as celebridades; a indústria da aparência (consultores de imagem, cabeleireiros e esteticistas); a indústria do treinamento (técnicas de dança, música, discurso e desfile); a indústria do endosso (fabricantes de *souvenirs*, roupas, brinquedos); e a indústria dos serviços legais e empresariais (advogados e gestores de conta). Ainda que não defenda a universalidade

destas categorias, Turner (2004: p.42) considera que elas ajudam a compreender a extensão da indústria das celebridades e dos intermediários que são necessários ao funcionamento do sistema.

Ellis Cashmore (2006: p.13) observa a questão económica associada à celebridade de outra perspetiva: na nova sociedade de consumo cultural o público deseja os bens que as celebridades vestem, têm ou mostram. Se antes havia a consciência que determinados produtos eram acessíveis, hoje a inacessibilidade, sobretudo em termos monetários, não impede o público de os desejar e isto tem consequências em termos da forma como esse mesmo público compra, mais pelo *glamour* e menos pela utilidade dos produtos.

Seja qual for a perspetiva que assumimos ao olhar a celebridade, os meios de comunicação social são parte fulcral nesta equação. Não há celebridades sem atenção mediática e para que haja essa exposição é necessário que os *media* estejam dispostos a dar atenção a estas personalidades. Podemos estabelecer aqui um paralelismo com a pressão económica que paira sobre os *media* – e concretamente sobre a televisão – e que se traduz numa indústria submetida às lógicas de mercado. Tal como defende Pierre Bourdieu (1997: p.52), a televisão "sofre mais do que todos os outros universos de produção cultural a pressão do comércio, por intermédio do índice de audiência".

Ora, se as celebridades precisam da televisão para reforçarem a sua visibilidade social, a televisão precisa das celebridades para dar resposta às audiências, que denotam interesse pela vida destas personalidades. São as notícias de variedades, que Bourdieu (1997: p.73) critica, por considerar que este tipo de conteúdos "reduz o mundo à anedota e ao mexerico" e conduz a um esvaziamento político da vida pública.

Marshall (2006: p.2) sustenta que as celebridades estão inseridas na economia dos *media*, que está ligada às audiências e a um valor económico. Neste caso, não apenas as celebridades, mas também os eventos que elas protagonizam, sejam escândalos ou até a sua própria morte, merecem uma ampla cobertura mediática, sinónimo de um reconhecimento do valor cultural da figura pública. Além disso, o autor nota que os meios de comunicação social procuram veicular estes eventos de forma massiva, porque as audiências dispersas se reúnem em torno de tais acontecimentos. Marshall defende mesmo que a saturação desta cobertura mediática não é realizada caso a caso, nem consoante a personalidade, mas sim de acordo com modelos em série para um determinado tipo de

eventos e de celebridades. O exemplo utilizado é o julgamento de Michael Jackson, que enfrentava acusações de pedofilia e rapto, e que mereceu uma ampla cobertura por parte dos *media* norte-americanos. Para Marshall esta difusão alargada do evento também funciona como um elemento identitário da personalidade, na medida em que o público procura ter acesso à celebridade fora do seu habitat natural (música, cinema, desporto). Assim, a cobertura massiva destes eventos permite, precisamente, ter acesso à celebridade num ambiente ou meio mais real e palpável do que o mundo do espetáculo em que ela habitualmente se move.

Para Marshall (2006: p.6) as celebridades são tratadas pela indústria mediática como uma marca que é utilizada para vender ou comprar filmes, programas de televisão e revistas. Fazer da identidade pública do indivíduo uma marca constitui uma clara transformação da personalidade numa mercadoria que é trocada e valorizada através da extensa indústria de entretenimento. O autor exemplifica com a agência Marketing Evaluations, que se destina a determinar o valor que cada celebridade tem para os anunciantes, sendo que a agência tem um setor que se destina apenas a avaliar o valor das celebridades que já morreram. Marshall defende que o facto de as personalidades ajudarem a vender determinado produto ou contribuírem para tornar conhecida uma causa, ação ou movimento, reflete uma certa colonialização ideológica.

Walter (2015: p.225) considera que a fotografia e a fonografia são os elementos mais significativos para recordar os mortos e dá o exemplo de Amy Winehouse, considerando que é impossível ouvir a sua música sem nos recordarmos da sua morte prematura, e de Marylin Monroe, afirmando que ao ver os seus filmes e imagens temos necessariamente noção da sua, e da nossa, mortalidade. Para o autor, imagem e música têm potencial para manter ou até aumentar o *status* da celebridade, mesmo depois de morta. Giles (*cit. in* Walter, 2015: p.225), para quem a imortalidade é a última recompensa da celebridade, defende que é preciso que o *status* da celebridade seja sustentável após a sua morte, pois, caso contrário, o culto que se desenvolverá em torno da sua imagem estará comprometido. É por isso que do ponto de vista económico as celebridades continuam a ser rentáveis, mesmo após a sua morte.

2.1.10 Herói *versus* celebridade

A primeira distinção que podemos considerar quando colocamos lado a lado os conceitos de herói e de celebridade prende-se com a sua origem. Uma celebridade, não só está

relacionada com o sistema cultural mediático de massas, como chega a ser uma criação dos próprios meios de comunicação social, tal como já vimos aqui no caso dos *reality shows*. Por seu lado, o herói é uma autocriação, no sentido em que nasce de uma ação pessoal e é reconhecida externamente como capaz de se destacar dos restantes seres humanos. Como afirma Campbell (1994: p.8), são os casos dos homens ou das mulheres que foram capazes de superar as suas limitações pessoais e históricas.

De acordo com o defendido por Boorstin (2006), o herói terá o seu lugar nos livros de História, fruto de exercer determinada ação com impacto na sociedade. Já a celebridade, criada, ou pelo menos ampliada, pelos meios de comunicação social, "pertence ao mundo mediático dos boatos". O autor é um dos críticos da fama e da celebridade. Os seus estudos datam dos anos 60 do século XX, sendo, portanto, anteriores a esta vaga de celebridades que derivam, sobretudo, dos novos *media*. Ainda assim, pareceu-nos importante trazer para este estudo a sua visão, que não só veio a confirmar-se com a massificação das novas tecnologias, como ainda ganhou mais força na atual sociedade de massas.

Situando-se então nos anos 60, época de ouro da televisão, Boorstin (2006: p.73) lembra que, antes dos meios de comunicação de massas, para se ser conhecido, era preciso fazer algo de heróico, sendo que o herói era um homem admirado pela sua coragem, nobreza ou proezas. Referindo-se ao período anterior à Revolução Industrial, o autor considera que foi no século XIX que surgiu o primeiro *media* de massa, o jornal industrializado, concomitante ao momento em que o homem descobriu como "fabricar" a fama. Mas se a fama passou a ser passível de construir, quem lhe deu voz foram os meios de comunicação social que, fazendo os espectadores, ouvintes e leitores acreditar que aquela fama ainda era, à semelhança do que acontecia antes, sinal de grandeza, escondeu o facto de estarmos perante uma criação artificial. Crítico da fama instantânea, Boorstin (2006: p.74) defende o desaparecimento dos heróis, pois as celebridades podem ser fabricadas, enquanto o herói é um "*self made man*", por referência à autocriação como referimos acima. Para o autor, o público esqueceu-se que homens e mulheres não atingem a grandeza por serem famosos, mas, pelo contrário, são famosos por atingirem a grandeza. Os "heróis" modernos são, pelo contrário, produzidos em massa, tendo em vista a satisfação do mercado, e são considerados heróis sem que, para alcançar esse estatuto, tenham tido que vencer qualquer espécie de dificuldade.

Notemos então que, para Boorstin (2006: p.74), a figura do herói assenta em nomes como Ulisses, Joana D'Arc, Shakespeare ou Napoleão. O herói é visto como uma figura humana, seja ela real ou imaginada, que mostrou grandeza num qualquer feito. A questão dos grandes feitos também é abordada por Braudy (2006: p.35), que nota que a fama e a grandeza, em sociedades como a do antigo Egito, estavam reservadas aos homens extraordinários, ou seja, ao faraó, cuja exaltação passava, aliás, por o mumificar com recurso às técnicas mais elaboradas.

Ainda que considere que estes heróis humanos capazes de grandes feitos continuam a existir, Boorstin diz que eles são uma pequena parte da nossa sociedade e o reconhecimento da sua grandeza já não é o reflexo dos seus atos. Existem vários motivos para isto. Desde logo porque a democracia, sobretudo no caso americano, trouxe a ideia da igualdade e do poder do povo, colocando de lado a ideia de um Grande Líder político. Relacionado com este facto está a ideia dominante de que os líderes, considerados individualmente, são hoje menos importantes do que eram nos séculos anteriores.

Outro motivo prende-se com a desconfiança face aos heróis dos nossos tempos, fruto da ideia de que a grandeza de alguém, na atualidade, assenta na ilusão. Até na literatura, diz o autor, o herói como protagonista foi substituído pela vítima, ou seja, a figura central é o homem que sofre fruto das suas circunstâncias.

Tudo isto está relacionado com os meios de difusão e com a multiplicidade de acontecimentos difundidos pela comunicação social, estabelecendo-se aqui um paralelo com os pseudo-eventos[19]. De acordo com a tese defendida por Boorstin (2006: p.77), o herói, assim como o acontecimento espontâneo, ficam perdidos no congestionamento de pseudo-eventos. A perda de importância dos heróis na política, nas ciências e até na literatura coincide com o surgimento de uma nova "eminência", a celebridade (Boorstin, 2006: p.79), que originalmente (por volta do século XVII) não era uma pessoa, mas sim uma condição. Dito de outro modo, a notoriedade atribuída a alguém definia essa pessoa como celebridade, enquanto atualmente uma celebridade é uma pessoa famosa ou muito publicitada, no sentido em que goza de grande exposição pública. Neste sentido estamos

[19] Boorstin (2007: p.255) define os pseudo-eventos como acontecimentos que foram planeados, com o propósito de serem reproduzidos pelos *media*. O seu sucesso mede-se pelo grau de cobertura mediática que obtêm e, muitas vezes, eles superam os acontecimentos espontâneos, na medida em que podem ser mais dramáticos, são protagonizados por personalidades cuidadosamente escolhidas e a sua ocorrência é planeada para conveniência do público.

perante um "pseudo-evento humano", na medida em que não importa se é bom ou mau, grandioso ou bonito, mas apenas se é falado e reconhecido pelos *media*.

Ao atribuir as caraterísticas do pseudo-evento à celebridade, Boorstin reitera que esta foi propositadamente construída de forma moralmente neutra, visto que foi criada por uma indústria que simultaneamente a promove e a oferece como alimento ao público que quer ler, ver e saber mais sobre ela.

O grau de atenção que é conferido à celebridade é inversamente proporcional ao desvio das atenções dos heróis, daqueles que conquistaram algo. É um desvio rumo à indústria do entretenimento, diz Boorstin, considerando que na "democracia dos pseudo-eventos", qualquer pessoa se pode transformar numa celebridade, desde que consiga o seu lugar nas notícias e que se mantenha lá o máximo de tempo possível. Assim, enquanto o herói era distinguido pelo seu feito, a celebridade distingue-se pela sua imagem ou marca comercial. O herói é uma criação de si mesmo e a celebridade é uma criação dos *media*. O herói era um grande homem e a celebridade é um grande nome. O herói construía o seu nome com o passar do tempo e para ser digno desse nome era preciso, pelo menos, esperar uma geração. A celebridade, pelo contrário, é sempre contemporânea e a passagem do tempo, que cria o herói, é a mesma que destrói a celebridade. Assim como os pseudo-eventos tiram a atenção dos outros acontecimentos, a celebridade, na perspetiva defendida por Boorstin, ofusca os heróis que, para se tornarem reconhecidos, têm de assumir as caraterísticas da celebridade, como por exemplo a publicidade dos seus feitos (2006: p.84), no sentido de serem eles próprios a apregoar esses mesmos feitos com o objetivo de obter reconhecimento. Porém, ao aceitar as regras deste jogo, o estatuto de celebridade irá sempre sobrepor-se ao de herói.

A perspetiva de Boorstin mantém-se bastante atual, na medida em que nunca como agora houve tanta exposição aos meios de comunicação social e também nunca como agora o aparato tecnológico disponível pelas sociedades permitiram a publicização, de modo quase instantâneo, das ações de cada um, em particular das celebridades. Cashmore (2006: p.50) diz que houve uma mudança na sociedade, pois se houve um tempo em que militares, cientistas, exploradores e estadistas eram as figuras que mereciam a admiração do público, hoje esse papel pertence a atores, músicos e atletas. Vários investigadores consideram que os heróis tradicionais foram substituídos pelas celebridades. King (2013: p.11) diz mesmo que uma das caraterísticas da cultura mediática contemporânea prende-se com o declínio

das instituições de liderança e que isso pode ser visível na substituição do herói como autor de grandes e históricos feitos pela celebridade, enquanto pessoa com uma considerável exposição mediática. O autor dá o exemplo de Paris Hilton e Kim Kardashian, como celebridades para quem a publicidade e autopromoção se sobrepuseram às grandes conquistas outrora exigidas ao reconhecimento dos heróis.

Parece-nos então clara a ideia de que o herói seria alguém que realizou uma conquista, que superou um desafio, que se notabilizou por ter alcançado algo visível. Carlos Reis (2015), que analisou a figura do herói desportivo contemporâneo, na ótica da narratividade, começa por recordar que o estatuto de herói se alcança depois de superadas provações, como os 12 trabalhos de Hércules. Entre os heróis desportivos tratados pelo autor estão Eusébio, Cristiano Ronaldo e José Mourinho, personalidades do mundo do futebol, cujos nomes são reconhecidos internacionalmente. Cada um deles conquistou algo e cada conquista é legitimada pelo público como tendo relevância dentro e fora de Portugal. Carlos Reis fala sobre a importância das imagens para a construção dos heróis, dando como exemplos as fotografias de Eusébio e Ronaldo, derrotados, no Mundial de 1966 e no Mundial de 2004, respetivamente. A tristeza, lágrimas e aparente solidão dos dois jogadores perante uma derrota foi captada pelas câmaras fotográficas e transformada em imagens que se tornaram icónicas. O fotógrafo ajudou a configurar estes dois homens como heróis, "que quando derrotados pagam o preço de uma solidão, que o poder das imagens cruelmente acentua" (Reis, 2015: p.44). Da abordagem de Carlos Reis subjaz a ideia de que a imagem ajuda a criar heróis coletivos. Outro dos aspetos destacados pelo autor é o papel do cognome, que destaca o herói desportivo dos demais praticantes e isola as suas singularidades. É o caso de José Mourinho, o "*special one*", de Pelé, o "rei", ou de Eusébio, o "pantera negra".

Ao caraterizar o herói, Carlos Reis (2015: pp.32-35) enuncia que se trata de uma figura patente em algumas narrativas, que centra em si os conflitos que só ele vencerá. Para o autor, "sem narrativa não há herói", pois todo o trajeto que o herói atravessa está expresso "num tempo potencialmente narrativizado". Em segundo lugar, o herói não se manifesta de igual modo em todas as épocas, ou seja, "não é atemporal nem a-histórico". Uma terceira caraterística assenta no facto de o herói não ser uma personagem qualquer, mas sim uma personagem com "uma tonalidade própria", ou seja, com uma identidade. Carlos Reis considera ainda que há tempos históricos mais propícios do que outros no que toca à "he-

roização das personagens narrativas", exemplificando com o Renascimento, época durante a qual o homem viajante por espaços desconhecidos e renovador do conhecimento de si e do mundo se assumiu como herói do seu tempo. Em quinto lugar, o autor diz que o herói, no âmbito da narrativa, é não só o seu centro, mas também alguém que interpela e desafia o leitor.

Fazendo a ligação com o mundo desportivo, o autor constata, face a todas estas caraterísticas, e tendo em mente o discurso narrativo, que "a *concretização do herói*, no sentido fenomenológico da expressão, depende de atos cognitivos que investem na leitura do relato (do relato desportivo, quando é o caso) muito mais do que aquilo que a letra do texto revela e mais também do que aquilo que o seu autor quis representar". Reis (2015: p.37) considera, por isso, que "temos os heróis desportivos que temos porque lemos, ouvimos e vemos relatos mediáticos construídos em função de um leque considerável de possibilidades, dependendo de propriedades e de combinações definidas em campos de caracterização próprios".

Partindo desta premissa do autor, podemos defender que mediante um relato que ecoa nos meios de comunicação social, vivemos hoje numa sociedade povoada de outros heróis, que não apenas a figura do mundo do desporto. Tendo em conta a contemporaneidade, podemos atribuir a Eusébio o estatuto de herói, considerando que Amália foi e é, também uma heroína. Ora, se um emerge do mundo do desporto, a outra surge do mundo das artes e, mais concretamente, da música. Ambos dispensam apresentações (o facto de serem conhecidos apenas pelo primeiro nome mostra isso mesmo) e ambos foram sendo construídos pelos meios de comunicação social ao longo dos anos. Ainda assim, não têm o estatuto de celebridades, pois sendo alvo de atenção mediática, não dependem dela, na medida em que são uma autocriação. Se os feitos de Eusébio o glorificaram como herói do futebol nacional, a música de Amália tornou-a num símbolo do país. Ambos ascenderam a um estatuto que nos parece impar no contexto contemporâneo nacional.

2.1.11 Mitos e celebridades

A questão do mito pode ser enquadrada através da perspetiva antropológica, psicanalítica ou semiótica. Esta última, assente no trabalho de Roland Barthes (2001), assume o mito como um "sistema de significação", ou seja, no fundo como uma mensagem. Segundo Barthes (2001: p.131), "tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso". Assim, e no seguimento da perspetiva de Barthes, "o signo

construído culturalmente se torna um significante, permitindo assim que o que é significado seja naturalizado" (Hartley, 2004: p.174). A Nike é dada como exemplo, visto que, mais do que uma marca, se tornou na definição de atitude, estatuto e classe. Desse ponto de visto, poderíamos argumentar que algumas celebridades podem ser vistas como mitos, pois aquilo que elas significam ultrapassa a sua construção enquanto signo e significante. Barthes (2001: p.131) defende o mito como uma forma, no sentido em que se assume como mensagem, como sistema de comunicação. O autor sustenta que qualquer coisa se pode tornar um mito, desde que o objeto passe do mundo mudo para um estado oral, "aberto à apropriação da sociedade". O mito está, pois, ligado à linguagem da escrita e da significação oral. Hoje em dia, é comummente aceite que as grandes narrativas que constituíam os mitos de outrora foram substituídas "por notícias, reportagens, documentários, filmes, séries e, mais recentemente, por videojogos, *post facebookianos*, *tweets*" (Camponez e Peixinho, 2015: p.9). Todos estes géneros são compostos por narrativas, contam e individualizam histórias, ajudam a compreender e a enquadrar o mundo. Campbell (1990, p.29) diz mesmo que uma personalidade pode tornar-se num mito, a partir do momento em que se torna um modelo para a vida dos outros, o que se aplica a grande parte das celebridades, estrelas e vedetas.

Há ainda a vertente psicanalítica, segundo a qual os mitos procuram ensinar verdades universais a um nível interno. E, por último, a visão que mais se adequa a este trabalho: a antropologia, que entende os mitos como meios de explicar os mecanismos do mundo.

Originalmente, o mito, do ponto de vista antropológico, é a necessidade de crer em determinadas entidades, como os deuses, e de explicar factos considerados perturbadores, como a morte (Rivière, 2011: p.148). O mito tem "um carácter sério e sagrado, na medida em que remete para algo que nos ultrapassa", "suscita uma crença firme" e "explica a ordem existente, por vezes de maneira esotérica, e fornecendo as bases de comportamentos morais e rituais". Pelo facto de circular de geração em geração, pode muitas vezes degenerar em fábula ou em lenda, como é o caso do mito do rei D. Sebastião[20].

A polissemia do conceito implica que ao falarmos no mito nos debrucemos sobre diferentes dimensões do mesmo. Parafita (2012: p.81) faz uma distinção que nos parece

[20] D. Sebastião foi o décimo sexto rei de Portugal e desapareceu em 1578 na batalha de Alcácer-Quibir, levando ao mito do sebastianismo, que fez com que muitas pessoas acreditassem na ressurreição e/ou regresso do rei.

importante, face aos três principais momentos em que o termo é utilizado: 1) o mito narrativo, assente nas narrações alegóricas e representativas da cultura de uma comunidade; 2) o mito como crença estabelecida, no sentido daquilo que não é justificável nem explanável, como o mito do fim do mundo ou o mito de não matar aranhas; 3) o mito como figura deificada, que consiste em atribuir uma aura de misticismo a figuras reais ou personagens sobrenaturais (caso de Elvis Presley e de D. Sebastião).

Parafita (2012: p.120) analisa o papel dos mitos e a necessidade que a sociedade tem destas imagens construídas considerando que uma sociedade não consegue viver sem os seus mitos, "seja quando os encaramos na sua natureza narrativa, procurando iluminar a cosmovisão de uma comunidade, seja quando os encaramos como ícones ou obsessão de um grupo, de uma geração ou de um povo", explica o investigador. Neste último caso, o autor reitera que o mito tanto pode ser uma "entidade deificada na qual todos e cada um se reveem" (D. Sebastião, James Dean ou o Pai Natal), como uma "inquietude universal, seja ela o mito da beleza ou o da eterna juventude".

No que toca a este estudo, interessa-nos focar o tal mito "deificado", no qual as pessoas se reveem. Tal como lembra Alexandre Parafita (2012: p.120), é o caso de D. Sebastião, mas também da fadista portuguesa Amália Rodrigues ou do lendário cantor Elvis Presley. Se o mito em torno de D. Sebastião diz que ele há-de regressar numa manhã de nevoeiro, Amália Rodrigues encara o símbolo de uma nação. Fadista consagrada, Amália é um mito para muitos portugueses, não pela forma como desapareceu (morreu com 79 anos, repentinamente, em sua casa), mas pelo expoente máximo da cultura portuguesa que continua a encarnar.

Referindo-se aos equívocos e ambiguidades das lendas e mitos que povoam a história, Alexandre Parafita (2012: p.121) considera que a tradição oral é muitas vezes "o espelho destes equívocos e destas ambiguidades". A passagem, por via oral, de geração em geração, permite que sejam imputados novos detalhes à história, já por si frágil, abrindo novas portas à imaginação e à fantasia.

Neste sentido, o trabalho de Susana André (2010) sobre os principais mitos e boatos urbanos, mostra-nos como a oralidade vai fazendo eco de "estórias" que nem sempre correspondem à realidade ou, quando correspondem, têm apenas um fundo de verdade. Na

realidade, a autora tratou e estudou alguns mitos urbanos, dividindo o seu trabalho por temáticas, uma das quais tem a ver com os boatos e a morte.

Susana André analisa especificamente os casos de D. Sebastião, Carlos Paião, Manuel Rosa, Saul Ricardo, Paul McCartney, Jim Morrison, Elvis Presley e Adolf Hitler. A autora procura perceber como surgiram as lendas associadas a cada uma destas figuras. No caso de Carlos Paião, a autora lembra o mito de que o cantor teria sido enterrado vivo, em estado de coma. "De acordo com o rumor, o trágico equívoco só teria sido descoberto durante a exumação do cadáver, quando o corpo foi encontrado virado ao contrário e o caixão arranhado" (2010: p.106).

Além de esclarecer com a viúva de Carlos Paião que o cantor foi autopsiado e o corpo nunca foi trasladado[21], Susana André consultou ainda o diretor do departamento de Psicologia da Universidade Lusófona de Lisboa, Carlos Poiares, para explicar a razão de tal boato.

> "Tratava-se de um artista muito popular (…) a sua morte inesperada provocou uma onda de choque e um apelo à redobrada tristeza justificada por esta dupla tragédia. (…) As pessoas agregam-se em torno do mito à procura da solidariedade que não encontram nesta civilização de plástico em que se vive" (Poiares *cit. in* André, 2010: p.106).

Já nos casos das mortes de Jim Morrison e Elvis Presley, o mito sustenta que os dois cantores estão vivos. No caso de Morrison, a comunidade de fãs acredita que o ex-vocalista dos The Doors está instalado numa comunidade rural em África ou num rancho no Texas. Para isto contribui o facto de apenas duas pessoas terem visto o corpo de Morrison e ainda a tragédia de ter falecido aos 27 anos, no auge da sua carreira.

> "Os ídolos não morrem (…) porque deles depende a nossa própria imortalidade. Enquanto aquele mito existir, eu vivo com ele; se ele morrer, eu que acredito nele, sinto-me morrer também" (Carlos Poiares *cit. in* André, 2010: p.116).

Susana André disseca ainda três casos de boatos da morte de duas figuras a quem tal nunca aconteceu. No caso do cantor Saul Ricardo, na época com 11 anos, a notícia do seu suposto falecimento chegou rapidamente aos jornais e a informação dizia que o músico teria perdido a vida num acidente de carro, quando ia, juntamente com a mãe, a caminho do

[21] A trasladação dos restos mortais de Carlos Paião aconteceu em outubro de 2015, do cemitério de São Domingos de Rana, onde se encontrava sepultado desde a sua morte, em 1988, para o cemitério de Ílhavo, cidade onde passou a infância e onde residem os seus pais.

funeral de Amália Rodrigues. Apesar de nunca identificada a fonte do boato, certo é que ele se espalhou e que levou, inclusivamente, à diminuição do número de espetáculos de Saul Ricardo ao longo dos anos. Susana André refere que quando regressou ao mundo da música em 2008, Saul Ricardo passou despercebido "aos muitos fãs que ainda lamentavam o desaparecimento precoce de uma das maiores promessas da música pimba" (2010: p.110).

2.1.12 Tipologia dos conceitos da fama

Após esta análise dos contributos de diversos autores na definição de conceitos tão próximos como os de celebridade, estrela, famoso, herói, mito e vedeta importa agora sistematizar e delimitar esses conceitos.

Assim, entendemos como celebridade uma personalidade que recebe atenção dos *media*, em graus variáveis consoante o estatuto alcançado (um ator pode ser mais ou menos famoso, consoante faça papéis com mais ou menos destaque, na televisão ou no teatro, sendo que a primeira tem mais visibilidade do que o segundo) e que atinge uma notoriedade pública que pode ser mais ou menos fugaz (Hartley, 2004) e que pode ser diferenciada mediante o *status* da personalidade (Rojek, 2001). A categoria da celebridade está diretamente dependente da exposição mediática nos meios de comunicação social de massas, tal como defendem vários autores (Boorstin, 2006; Cashmore, 2006; Marshall, 2006) e de uma narrativa ou história de vida que mereça o interesse destes meios (Gabler, 2001). Assim, falar de celebridade é falar de uma personalidade que publicita os seus feitos através dos *media* de massas (Turner, 2004; Boorstin), estando por isso inserida na sociedade do espetáculo (Cintra Torres, 2001), e podendo, aliás, ser criada pelos próprios *media* (Turner, 2004; Cintra Torres, 2001). Tal como defende Turner (2004), o feito mais importante da celebridade é a capacidade de atrair o público para a sua história de vida, a qual assume mais importância do que a vertente profissional, sendo que a celebridade não necessita de ter nenhum talento em concreto para ser considerada como tal (Cashmore, 2006).

Em segundo lugar encontramos o conceito de Estrela. Trata-se de uma personalidade que é produto de um *star-system* particular, como a indústria de Hollywood (Hartley, 2004). Para autores como Campbell (1990), o cinema cria as estrelas e a televisão cria as celebridades, sendo as primeiras mais duradouras do que as segundas. Está aqui subjacente uma ideia de

grandiosidade da personalidade para que seja considerada uma estrela, bem como uma posição mais duradoura no panorama mediático.

Em terceiro lugar iremos balizar o conceito de fama, patente na categoria do Famoso. Neste caso, falamos de uma personalidade conhecida publicamente pelos seus atos, que não usufrui, necessariamente, de um grau de atenção contínuo por parte dos meios de comunicação de massas. Prende-se com a condição de alguém glorificado mediante a sua ação em determinada área de atuação (Rockwell e Giles, 2009). O famoso, ao contrário da celebridade, não necessita de uma narrativa pessoal interessante, nem para o público, nem para os meios de comunicação social (Gabler, 2001)

Em quarto lugar encontramos o Herói, que pode ser descrito como uma personalidade humana, real ou imaginada, que alcança um determinado feito reconhecido como grandioso do ponto de vista coletivo (Boorstin, 2006; Reis, 2015). É, por isso, uma autocriação no sentido em que os seus feitos o distinguem dos restantes homens (Campbell, 1994) e diferenciando-se assim da celebridade, que pode ser fabricada (Boorstin, 2006). O conceito de herói emerge de uma ação, fruto da superação de um desafio, e de habilidades especiais com impacto e reconhecimento na sociedade. Apesar da sua maior ou menor mediatização, necessária para os seus atos se tornarem públicos, o herói desfruta, relativamente à celebridade, de uma maior autonomia que deriva dos feitos que realiza ou é capaz de realizar. O herói é uma criação de si mesmo, enquanto a celebridade é uma criação dos meios de comunicação social (Boorstin, 2006).

Seguidamente apresentamos o conceito de Mito, que pode ser definido como a personalidade que se assume como modelo para a vida de outros (Campbell, 1990). Trata-se de uma imagem construída de uma figura real ou personagem sobrenatural, muitas vezes envolta numa aura de misticismo, cujo estatuto está diretamente relacionado com a tradição oral que prolonga esse estatuto no tempo, o que permite o acrescento de detalhes do domínio do irreal e da imaginação (Parafita, 2012).

Por último iremos enquadrar a definição de Vedeta, enquanto personalidade que ambiciona tornar-se uma estrela, mas não o é. Distingue-se da celebridade porque está inserida no mesmo *star-system* das estrelas, mas ainda não alcançou esse estatuto e a sua fama é de curta duração (Santos, 2011). As vedetas são vistas como estrelas mais convencionais, na

medida em que precisam de alimentar a sua narrativa central para obter a atenção dos *media* e quando essa narrativa se esbate elas são transformadas em celebridades menores.

2.2 Mediatização da morte

Analisados que estão alguns fenómenos em torno da morte, suas práticas e rituais, bem como as categorias da fama, propomo-nos agora debruçar sobre a morte vista através e dentro dos meios de comunicação social, que já aqui abordámos sumariamente com os contributos das autoras finlandesas Pantii e Sumiala. Não nos referiremos apenas ao facto de a morte ser um importante conteúdo dos meios de comunicação social, mas também à sua espectacularização, enformada por uma cultura de massa, pela realidade das novas tecnologias e pelos imperativos da economia dos *media*.

2.2.1 Acontecimentos e mediatismo da morte

Mário Mesquita (2003: p.29) considera que o acontecimento jornalístico é aquele que figura nos jornais por conter determinados valores-notícia[22]. Assinala ainda que o acontecimento mediático suscita uma atenção especial dos meios de comunicação social e exerce uma hegemonia nos espaços informativos ou interrompe a programação normal do *medium*. O autor distingue estes dois tipos de acontecimento (o jornalístico e o mediático), considerando que o segundo se carateriza pela sua hipermediatização.

Dayan e Katz (1994) tipificaram momentos históricos, televisionados em direto, que constituem uma série de acontecimentos que fazem parar uma nação ou o mundo. Dayan e Katz fazem uma tipificação destes acontecimentos recorrendo às categorias de Competições, Conquistas e Coroações, sendo a morte incluída nas coroações, como veremos mais à frente. São os *media* electrónicos, em particular a rádio e a televisão, que mobilizam a atenção pública para estes acontecimentos, dando-lhes uma dimensão grandiosa, através de transmissões em direto e que as audiências recebem como um convite para partilharem aquela experiência marcada por caraterísticas cerimoniais. Segundo os autores, é algo que está para além da banalidade do quotidiano, instituindo-se como um "feriado", ou seja, uma interrupção na ordem normal da rotina diária.

Estes acontecimentos mediáticos, defendem os autores, assumem-se de forma consensual, ao ponto de se imporem de forma monopolista, em situações em que todos os canais

[22] Wolf refere-se também aos valores-notícia como componentes da noticiabilidade enquanto "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 seleccionar as notícias" (Wolf, 2009: p.195).

generalistas param as suas emissões para transmitirem o acontecimento em direto. Esta monopolização do espetro, verificada em vários acontecimentos passados, é hoje em dia, impossível, face não só à diversidade de canais televisivos (fruto da generalização da televisão por cabo e por satélite), e à sua especialização e diversificação temática, mas também devido ao facto de os conteúdos poderem ser consumidos em diferido.

Apesar do seu aspeto cerimonial, estes acontecimentos contêm, também, uma componente de imprevisibilidade, no sentido em que algo pode correr mal. Além disso são organizados fora dos *media*, que não têm qualquer intervenção na forma como o evento é organizado. Mário Mesquita (2001: p.83) questiona se podemos inserir estas cerimónias televisivas no género documentário. Socorrendo-se da definição de documentário como obra que não se integra na ficção e que visa descrever ou restituir o real, esbarra, no entanto, na problemática da distinção entre ficção e documentário, enquanto géneros narrativos e não narrativos. Ainda assim, defende que a cerimónia televisiva retrata o real e que essa ligação com o real foi até sublinhada por Daniel Dayan (*cit. in* Mesquita, 2001: p.85) quando coloca na mesma categoria as cerimónias televisivas em direto e os romances realistas do século XIX.

Segundo a perspetiva de Dayan e Katz, os eventos são previamente anunciados, o que significa que os meios de comunicação têm tempo para se prepararem e planificarem a transmissão. Definem-se como momentos de solenidade e é assim que são tratados pelos jornalistas, que relatam e tratam o tema com respeito e até com veneração. A televisão não interfere, apenas informa acerca do que está a acontecer, dizem os autores. O facto de a visualização ser partilhada por uma nação ou pelo mundo torna o acontecimento numa celebração.

Como vimos, estes acontecimentos são divididos em Competições, Conquistas e Coroações. A Conquista consiste na transmissão em direto de momentos heróicos, como a chegada do homem à lua[23] ou a viagem de Sadat a Israel em 1977[24]. A vida não é a mesma depois destes acontecimentos, tanto pela conquista que representam, como pela grandeza de transmissão mediática do feito.

[23] Este é o caso da transmissão televisiva quando, em 1969, os tripulantes da Apollo 11, Neil Armstrong e Edwin Aldrin, foram os primeiros homens a pisar a superfície lunar.

[24] Muhammad Anwar Al Sadat, Presidente do Egipto entre 1970 e 1981, visitou Israel no ano de 1977, facto visto como heróico, que marcou o primeiro reconhecimento de Israel por um país árabe. 16 meses depois foi firmado um acordo de paz entre os dois países.

As Competições, por norma eventos de cariz desportivo ou político, podem ser um mundial de futebol, debates presidenciais ou os Jogos Olímpicos. Já as Coroações representam momentos e ritos de passagem, como cortejos, funerais ou casamentos. São acontecimentos apenas cerimoniais e estão ligados a eventos reais, como a coroação da Rainha Isabel II[25], o casamento dos Príncipes Carlos e Diana[26] ou o funeral de John F. Kennedy[27]. Embora a morte da Princesa Diana tenha sido posterior, o seu funeral incorpora também as caraterísticas da coroação, como a entendem Dayan e Katz.

Os acontecimentos são apresentados como algo próximo da ficção, sobretudo quando representam algo de heróico. Dos contributos que Dayan e Katz vão buscar a investigadores nos *media* nos anos 60, assume particular acuidade para o nosso trabalho a teoria de Stephenson, que interpreta os *media* como agentes da ficção e a ficção como agente da socialização. Falando sobre as mortes de Kennedy e do Papa João XXIII o autor diz:

> "Os cínicos dirão que as reacções das massas perante as mortes eram meras exaltações emocionais, fins-de-semana de choro e compaixão sem qualquer significado. Prefiro pensar em cada um deles como um exemplo de comunicação primitiva e de camaradagem e do prazer que ela envolve. Cada um deles foi vivido como uma vigília. Também é verdade que os acontecimentos pareceram não produzir grandes modificações, porque cada um seguiu, depois, o seu caminho, tal como dantes. Mas será que, por dentro, as pessoas continuaram as mesmas?... Na verdade, melhorámos um pouco" (Stephenson *cit. in* Dayan e Katz, 1994: p.41).

Quem trata estes acontecimentos é o departamento de informação dos canais de televisão, porque são eventos que dizem respeito à realidade. As narrativas são semelhantes ao entretenimento, mas isso é uma estratégia de criar familiaridade e fazer com que o público reconheça o género. Outra diferença em relação aos acontecimentos da televisão do dia-a-dia reside no facto de estes acontecimentos mediáticos nos convidarem a assistir a algo, que tem enormes audiências, mas que aconteceria independentemente delas.

A representação televisiva dos acontecimentos mediáticos é uma transformação qualitativa da própria natureza dos acontecimentos públicos. A televisão abdica do distanciamento

[25] A Coroação da Rainha Isabel II de Inglaterra ocorreu em frente à Abadia de Westminster, no dia 2 de Junho de 1953, e a cerimónia foi transmitida em direto pela televisão.
[26] Diana Spencer casou com o Carlos, príncipe de Gales, em Londres, a dia 29 de Julho de 1981.
[27] Durante uma visita à cidade americana de Dallas, no dia 22 de Novembro de 1963, o Presidente dos Estados Unidos da América, John F. Kennedy, foi atingido por dois tiros e morreu. O seu funeral ocorreu em Washington, durante os três dias seguintes ao seu assassinato.

jornalístico e encena um compromisso com o acontecimento, ao invés de se limitar a reproduzi-lo.

Dayan e Katz sublinham três aspetos da representação televisiva.

Primeiramente há a realçar que o compromisso da televisão para com o acontecimento consiste em redefini-lo, identificá-lo e explorá-lo, oferecendo uma interpretação e protegendo-o de qualquer interferência, na medida em que esse acontecimento tem primazia sobre os demais programas. Esta proteção tem a ver com o tom cerimonial e está espelhada no exemplo de os distúrbios em Toxteth[28], durante o casamento real de Carlos e Diana, só terem sido noticiados depois das cerimónias.

O segundo aspeto relaciona-se com o facto de a televisão dar aos telespectadores a sensação de que estão lá. Os autores do livro estabelecem aqui um paradoxo com a crença de Benjamin que questiona o que acontece ao relacionamento do público com as obras de arte quando estas são copiadas e difundidas através da reprodução mecânica. Dayan e Katz questionam o que acontece às cerimónias quando, em vez de serem presenciadas pessoalmente, chegam até cada um de nós em casa. A cerimónia, dizem os autores, fica a meio caminho entre uma festa e um espetáculo, pois partilha caraterísticas de ambos, nomeadamente no que toca ao ritual de uma assistência em conjunto. Pode acontecer que os espetadores partilhem um ritual de encontro prévio à difusão do acontecimento, reunindo-se, vestindo-se a rigor e preparando-se para ver o acontecimento juntos. Além disso, esse acontecimento preconiza a igualdade de acesso a todos, mas na realidade essa igualdade só existe para os que veem o acontecimento pela televisão, porque quem lá está só vê a partir do ponto onde se encontra.

O terceiro aspeto da representação televisiva, defendem os autores, assenta na crença de que a televisão compensa os espectadores por lhes disponibilizar uma experiência em segunda mão. Assim, utiliza estratégias como a de dar todos os detalhes sobre o acontecimento (criando painéis de debate, fazendo entrevistas ou exibindo documentários) ou fornecer novos meios de participar do público na cerimónia (através da narração, tom e expressões utilizadas).

[28] Conflito entre as autoridades e a comunidade negra de Toxteth, em Liverpool, que começaram em abril de 1981 e tiveram uma segunda onda de motins no final de julho do mesmo ano, aquando da cerimónia de casamento dos Príncipes Carlos e Diana.

> "A televisão substitui-se à tradição ministrando um curso rápido de protocolo, e oferecendo de forma instantânea conhecimentos aprofundados sobre as componentes do acontecimento, Este papel pedagógico visa assegurar uma melhor participação, o que geralmente acontece" (Dayan e Katz, 1994: p.110).

Também nos acontecimentos mediáticos somos convidados a estar presentes e a televisão anuncia o acontecimento dias antes, para que saibamos o que esperar. Uma hora depois de ter lugar a morte do Presidente John F. Kennedy, a maior parte das pessoas nos Estados Unidos da América já sabia o que tinha acontecido. Durante três dias e meio, depois da primeira notícia do assassinato, as televisões cancelaram os espaços comerciais, para exprimir choque e dor, mas também para permitir que a cobertura fosse completa e imediata. Os *media* quiseram que todos partilhassem o consolo trazido pela televisão através da transmissão dos atos evocativos e dos ritos funerários. Neste caso, o espectador não procura bem-estar nem entretenimento, nem sequer informação, apenas a oportunidade de canalizar a sua dor através da televisão.

Com os acontecimentos mediáticos o espaço privado do lar transforma-se em espaço público e as pessoas juntam-se para viver e festejar estes acontecimentos. O lar é assim convertido em lugar cerimonial, como no Natal ou na Páscoa. Os espectadores estão concentrados e atentos ao que veem. Os autores citam casos de pessoas que simplesmente pararam as suas vidas para assistirem às cerimónias fúnebres de Kennedy, algumas das quais vestiram-se de luto, confirmando, pois, a ideia acima descrita do acontecimento situado algures entre a festa e o espetáculo.

Ainda no campo dos acontecimentos mediáticos, Mário Mesquita (2003: p.33) distingue três subtipos, tendo em conta a intervenção dos *media* nos mesmos. Assim, teríamos os "acontecimentos genuínos" e independentes dos meios de comunicação, os "acontecimentos mediados", que sofrem uma influência dos *media*, e os "acontecimentos encenados", que apenas existem face à presença dos *media*. Mesquita exemplifica com o caso da queda da ponte de Entre-os-Rios para mostrar que mesmo um acontecimento inesperado, e por isso genuíno, se pode tornar encenado, passada a fase inicial. "O acidente foi hipermediatizado ao longo de mais de uma semana: em nove dias as televisões generalistas terão transmitido seis dias consecutivos de emissão em directo de Castelo de Paiva", lembra Mesquita.

Pegando nesta tipologia desenvolvida por Mário Mesquita, parece-nos que a morte das celebridades é, numa primeira fase, um acontecimento genuíno, facto patente na sua inexorabilidade, quer quando de situações inesperadas ou mais ou menos previsíveis. O extensivo tratamento mediático que se segue, em muitos casos, vai conferir ao acontecimento um caráter construído e já dependente da presença e cobertura dos *media*. O culminar do acontecimento, no caso o funeral da vítima, poderá ser enquadrado na tipologia das coroações, defendida por Dayan e Katz. Mesquita (2003: p.34) considera que os cerimoniais defendidos pelos dois autores têm um cariz mais frio e planeado, face ao quente e ao inesperado do acontecimento disruptivo. Na verdade, poderemos estar a falar de um mesmo acontecimento, com uma evolução e diferentes fases: inesperado, hipermediatizado e ritualizado.

Os cerimoniais são abordados por Mário Mesquita no livro *O Quatro Equívoco* (2003: p.303) e o autor, reconhecendo a dificuldade em definir o conceito de acontecimento cerimonial, aponta-lhe caraterísticas como o facto de se tratar de um conjunto de atos formais e estandardizados, com um significado que se prende com a celebração de uma ocasião excecional ou um ato de reverência. Cerimónia pode ser um conceito similar a outros, como festa, liturgia ou rito, mas Mesquita (2003: p.304) procura distinguir este último dos dois primeiros, reconhecendo a dificuldade em afastar a cerimónia do rito. Ainda assim, o autor lembra que os ritos são repetições e são mais rigorosos que a cerimónia e cita alguns autores para quem o rito é uma subcategoria da cerimónia (Willems *cit. in* Mesquita, 2003: p.303).

2.2.2 Famosos em vida e depois de mortos

Jacque Lynn Foltyn (2008) estudou a visão que a sociedade tem dos cadáveres, especificamente das celebridades, procurando averiguar de onde vem este fascínio alimentado pelos *mass media*. A autora considera que o cadáver é a nova estrela da Cultura Pop, e exprime o que chama de espetáculos forenses, considerando que estes representam o momento cultural do cadáver. Para compreender o aumento do destaque dado à presença do cadáver nos *media* modernos e o significado cultural dessa ascensão, a autora propõe-se analisar os corpos das celebridades e a forma como eles têm sido transformados em mercadorias, contextualizando a análise na era do info-entretenimento.

Assim, Foltyn refere-se aos famosos que mereceram atenção mediática e identifica casos em que a informação noticiosa e a especulação – ambas estratégias narrativas de info-

entretenimento – tornaram os restos mortais das celebridades em espetáculos de voyeurismo destinados a um público ávido e encantado, não só com as vidas das celebridades, mas também com a ciência forense. Além disso, a ascensão dos blogs como informação e fonte de rumores para as notícias sobre mortes, a par com o frenesim à volta do desaparecimento destas personalidades, contribuiu para o seu status como "*media events*" e para o surgimento de manchetes nos meios de comunicação social. Parece-nos importante salvaguardar aqui que não basta a morte de uma celebridade para que estejamos perante um *media event*. Por isso, a investigadora analisou casos específicos com contextos próprios, procurando identificar as suas caraterísticas. As celebridades vivem para o entretenimento do público e, quando morrem, a dissecação dos seus corpos pode esconder segredos susceptíveis de alimentarem um público ansioso por mais informação. Como o fascínio pelos corpos dos famosos faz parte da cultura das celebridades, é natural que as pessoas queiram olhar para ele uma última vez. Assim que são publicadas, estas imagens entram na cultura visual.

Na sua investigação, Jacque Lynn Foltyn aborda a morte de Sadam Hussein, executado a 30 de dezembro de 2006 perante uma audiência de dezenas de pessoas. Salienta que as fotos do corpo do líder iraquiano chegaram pouco tempo depois a centenas de milhões de pessoas e que existem perto de três dezenas de vídeos da sua morte na internet. A investigadora considera que os telemóveis e a internet tornaram a morte de Sadam num eterno evento de caráter público, ou seja, a tecnologia devolveu a execução pública às massas.

Outro caso aqui analisado é o do cantor de R&B James Brown, cujo corpo, dentro do caixão, foi colocado no palco do Apollo Theatre, em Nova Iorque, debaixo de um feixe de luz, e acompanhado de vídeos passados nos ecrãs digitais. Tudo isto foi televisionado. James Brown morreu de paragem cardíaca no dia de Natal em 2006 e o seu corpo ficou por enterrar durante 10 semanas, para que a medicina forense pudesse investigar acerca dos seus filhos legítimos e ilegítimos.

Mais conhecido é o caso da Princesa Diana, cuja trágica morte num acidente de carro em 1997 deu origem a múltiplas páginas de revistas e jornais. Neste caso, Foltyn considera que as narrativas mediáticas mantiveram a princesa como um ícone duradouro de *glamour*, beleza e *sex appeal*. Diana continua a ser a celebridade que mais vendeu revistas e a história da sua morte continua a ter destaque nas notícias e na cultura tablóide. Foltyn

(2008: p.161) considera que a Princesa Diana é tão famosa depois de morta como era quando estava viva. Porém, há casos de personalidades mais famosas depois de mortas.

Foltyn considera que as diferenças são óbvias quando se compara o interesse dos *media* pelos casos acima descritos com os falecimentos mais recentes do Presidente americano Gerald Ford e do tenor Luciano Pavarotti. Ford morreu de causas naturais, aos 93 anos de idade, e Pavarotti morreu de cancro do pâncreas aos 71 anos. A cobertura dada a estas duas figuras públicas restringiu-se às cerimónias televisionadas, em funerais de caixão fechado. No caso do Papa João Paulo II[29], Foltyn descreve-o como uma estrela dos *media*, que sabia arrebatar audiências. A investigadora destaca a aparência dada ao líder da Igreja Católica dentro do caixão, sem qualquer sinal de deterioração, decorridos cinco dias após a sua morte. Gould (*cit. in* Foltyn, 2008: p.163) considera que o cadáver de João Paulo II foi o mais "fresco" da história e o seu funeral um dos maiores de sempre, com toda a panóplia de ecrãs erguidos na Praça de São Pedro.

Procurando uma explicação para toda esta exposição pública, a autora socorre-se do ensaio do antropólogo Geoffrey Gorer, "*The Pornography of Death*". Tal como já foi referido, para este antropólogo, na cultura popular, a morte ocupou nas sociedades contemporâneas o lugar do sexo enquanto assunto tabu. Ao mesmo tempo que as sociedades ocidentais se tornaram mais liberais quanto ao sexo, elas vivem ainda o impacto dos horrores da II Guerra Mundial e acabaram por rejeitar a morte, bem como algumas das suas práticas culturais. Assim surgiu uma cultura de negação da morte e o resultado, segundo Gorer, foi uma massa psicologicamente perturbada que vê a morte como algo não natural e violento, como um subgénero de entretenimento, um género pornográfico, devido à sua brutalidade, à sua exploração e à distância face às emoções normais como o pesar e o sofrimento.

Para a autora, não só a morte suplantou o sexo como tabu cultural, como se fundiu com ele. Os artistas desde sempre fizeram a morte parecer *sexy* e alguns atributos da beleza são atributos da morte, nomeadamente no caso das obras "*Dying Slave"*, de Michelangelo ou "*Ophelia"*, de Millais, exemplifica Jacque Lynn Foltyn. Este artigo chama a atenção para a aparência das celebridades, que é de extrema importância em vida e faz com que as

[29] João Paulo II faleceu em abril de 2005, com 84 anos. As autoridades não submeteram o seu corpo a autópsia, uma vez que lhe foi atribuída como causa de morte um colapso cardíaco irreversível, após anos de deterioração da sua saúde.

pessoas tenham curiosidade em ver as pessoas famosas depois de mortas. Foltyn identifica neste facto um elemento de erotismo.

A autora diz que há muitas tendências históricas responsáveis pela mudança do *status* do cadáver na cultura popular e oferece aqui algumas explicações. Fala na novidade e no impulso dos índices de audiência associados às receitas publicitárias, exemplificando com o sucesso de séries televisivas baseadas na ciência forense. Se o sexo hoje vende tudo, desde celebridades a comida, porque não usá-lo para vender a morte? – questiona.

Além de estar associado às notícias de morte e de sexo enquanto info-entretenimento e entretenimento, o corpo assume outros usos comerciais na cultura de massas, na medida em que é visto como uma mercadoria a explorar. Assim, e ainda face à cultura de negação da morte, a autora diz que esta foi mais escondida do que recusada.

O fascínio público com os cadáveres das celebridades é outra forma de as pessoas, coletivamente, enfrentaram a morte, olhos nos olhos, pois acabam por perceber que até os bonitos e talentosos também são mortais. Os rituais quase religiosos em torno de figuras como a Princesa Diana, Marilyn Monroe, Elvis Presley ou John Lennon, os testemunhos em lágrimas sobre as virtudes deles e os funerais televisionados são expressões de um luto em comunidade, face a pessoas consagradas pelo público. Por isso, sugere Foltyn (2008: p.169), talvez a dor partilhada sobre o falecimento das celebridades e o fascínio pelos seus cadáveres sejam formas de as pessoas comuns se familiarizarem mais com a morte.

2.2.3 O público perante a morte mediada

Jacque Lynn Foltyn estuda também os circos mediáticos criados em torno da morte de algumas celebridades e dá-nos pistas que apontam no sentido de as novas tecnologias terem contribuído para uma publicização ainda maior da morte. Em negação ou como assunto tabu, certo é que a morte das pessoas famosas, sobretudo quando a causa é inesperada, desperta no público uma avidez de detalhes e um consumo frenético de todas as histórias paralelas. Ora, se por um lado, negamos e evitamos a morte, por outro lado somos confrontados com uma atenção desmedida quando a pessoa que desapareceu é uma figura mediática, ou quando o motivo do falecimento é mais gravoso (por exemplo, grandes acidentes e catástrofes).

Foltyn defende que a produção mediática só ocorre face à procura do público, ou seja, a indústria dos *media*, como outro setor de atividade qualquer, coloca no mercado um

produto em quantidades correspondentes à procura desse mesmo produto. Por outro lado, Keith Durkin "desresponsabiliza" o público e diz que são os *media* que têm um papel ativo nesta questão, pois são eles os mediadores da realidade e, em última análise, é aos meios de comunicação social que cabe olhar por este ou por aquele ângulo a morte de alguém, um evento trágico ou um qualquer acontecimento disruptivo. O autor considera, por isso, que a reação do público não pode ser estudada, sem ter em conta que ela é determinada nalguma medida pela decisão de os *media* aceitarem transmitir determinado acontecimento, e definirem tratá-lo de determinada forma.

Seja qual for a perspetiva, parece-nos que a audiência, enquanto consumidora do produto (seja ele informação ou entretenimento) não deixar de ter uma palavra a dizer. Se, por um lado, encontramos um público que evita olhar de frente a morte quando esta acontece no espaço privado, por outro lado ele mostra-se ávido de detalhes quando a morte é tornada pública pelos *media*. Ainda assim, é preciso ter em conta que essa avidez de nada vale, se não forem os meios de comunicação social a satisfazê-la.

Gonçalves (2011: p.120) tem uma visão que pode ajudar a explicar esta dualidade do público perante a morte. Segundo este autor, a morte divulgada pelos meios de comunicação social "não é a morte comum, do dia-a-dia, do próximo, são mortes de exceção que não nos questionam em nossa finitude". O que o investigador quer dizer é que não encaramos da mesma forma o desaparecimento de uma personalidade famosa e o falecimento de um ente querido. Em relação à primeira, Gonçalves diz:

> "são mortes que se dão no *écran*, no papel do jornal, nos semanários e que não modificam o curso de nossas vidas. As mortes na mídia são mortes excepcionais, violentas, acidentais, criminosas, catastróficas ou de pessoas "importantes". A morte na mídia pode ser dita, pois neles está desapossada de sua real natureza" (Gonçalves, 2011: p.120).

Deste modo, para o autor, se por um lado encontramos este alarido nos *media*, por outro lado promovemos, no domínio privado, o silêncio do quotidiano que se traduz na negação da morte.

2.2.4 Representações da morte nas notícias

A presença da morte nos meios de comunicação social é inegável. Pode acontecer nas secções de necrologia dos jornais ou em manchetes sobre tragédias e acidentes. Barros de Oliveira (1998: p.15) considera que "os meios de comunicação social, particularmente e mais realisticamente, a televisão, todos os dias nos apresentam abastada 'ração' de mortes

que se convencionou chamar 'mortandade pós-moderna', aquilo que Ionesco denominou 'caça ao homem': atentados, *overdose* de drogas, SIDA, acidentes de viação, mortos de guerras e guerrilhas por toda a parte, vinganças, homicídios, suicídios, pena de morte…".

Contrariamente a esta perspetiva, há autores que salientam, no entanto, o facto de apenas uma diminuta quantidade de mortes chegarem aos *media*. Walter *et al* (1995: p.582) dizem que apesar dos inúmeros casos de morte que encontram eco no espaço mediático, apenas identificamos dois tipos: a morte de figuras públicas e a morte pública de pessoas anónimas. Os autores referem-se, por um lado, à exploração da morte das celebridades, ainda que essa morte seja matéria privada e, por outro lado, à morte de uma pessoa comum, desde que essa morte ocorra na sequência de um crime, acidente ou qualquer outro evento negativo e inesperado.

Considerando que as imagens de morte e luto se tornaram mais explícitas nas décadas mais recentes, Walter *et al.* (1995: p.583) analisaram o caso de alguns cidadãos anónimos, cujas mortes e, consequentemente, o luto dos seus familiares e amigos, se tornaram públicos dadas as condições em que ocorreram. Nas notícias analisadas os autores perceberam que a maioria dos conteúdos difundidos pelos *media* mostravam as emoções das personagens envolvidas e que as imagens e textos que denotam essas emoções e esse sofrimento se relacionam com o público, que partilha esse luto. É uma forma de os meios de comunicação revelarem a nossa própria mortalidade, mostrando que determinado acidente ou tragédia pode acontecer a qualquer cidadão anónimo. Encontramos aqui o fenómeno de identificação com o sofrimento alheio promovido através dos *media*.

No seu livro sobre a representação da morte nas notícias, Hanusch (2010) constata que todos os meios de comunicação social parecem fazer notícias sobre morte e destruição. À partida, a morte, sendo disruptiva, pode ser alvo de tratamento mediático. No entanto, o autor salienta que ela passa a reunir as condições para figurar nas páginas dos jornais, sempre que sempre que consiga congregar um conjunto de valores-notícia adicionais. Como diz Walter (*cit. in* Hanusch, 2008: p.302), na realidade nem todas as mortes têm espaço mediático e entre aquelas que efetivamente o conseguem encontramos apenas as mortes particulares, aquelas que envolvem celebridades ou que resultam de tragédias e acidentes.

O autor fala no interesse do público pela notícia, mesmo antes de Gutenberg inventar a imprensa de tipos móveis (Hanusch, 2010: p.19). Mesmo antes do século XV, as notícias sobre a morte figuravam nas folhas das publicações. Após a invenção da imprensa surgiram os primeiros jornais e também aqui a morte e a violência tinham um lugar privilegiado entre o número de notícias. Para Stephens (*cit. in* Hanusch, 2010: p.23) o jornalismo sempre teve um fascínio por sexo e violência e o facto de os leitores devorarem este tipo de notícias, já no século XVII, significa que o próprio público teve sempre desejo de ler artigos sobre este tema. A presença de um grande número de notícias sobre violência não se deve, segundo Stephens, a um aumento da violência, mas sim às novas oportunidades que surgiram com o aparecimento da imprensa escrita, que abriu os jornais para audiências maiores. De destacar que, nesta altura, quem lia jornais eram as classes mais altas e letradas. Nesta época, sobretudo a partir do século XVIII, os jornais estavam repletos de histórias sobre mortes e os detalhes na sua descrição das mortes eram mórbidos.

Com a introdução, no século XIX, de um modelo de negócio associado à emergência da *penny press*[30], as notícias passaram a ter uma mais ampla divulgação. Em simultâneo, os avanços tecnológicos verificados neste período permitiram que os jornais fossem vendidos a menor preço e, por isso, se tornassem acessíveis a mais gente. Por outro lado, os níveis de literacia haviam aumentado. Posteriormente dá-se o desenvolvimento das revistas ilustradas[31], que davam maior primazia à imagem do que à notícia. Neste contexto, as notícias sobre a morte, cuja importância crescente presenciámos nos séculos XVII e XVIII, começam a chegar a uma camada mais ampla de leitores (Hanusch, 2010: p.25). O mesmo autor nota que o processo em que a morte começa a ter cada vez maior representação na imprensa é concomitante com o facto de ela se tornar também privada e menos comunitária (Hanusch, 2010: p.28). Seguindo o pensamento do autor, podemos concluir que a vivência da morte nas sociedades contemporâneas ocidentais assume uma dimensão algo paradoxal: se, na vida privada dos cidadãos, a morte era vista como um tabu ou mesmo negada, como já aqui vimos em autores como Ariès, no espaço público, aqui entendido como espaço de

[30] Nome dado aos jornais que, a partir do século XIX, passaram a ter um custo mais baixo devido aos melhoramentos tecnológicos e à inserção de publicidade que ajudava a pagar e rentabilizar a imprensa escrita.

[31] Revistas que reúnem texto e imagem e que conhecem a sua expansão nos anos 20 do século XX, sobretudo com o aparecimento das revistas Time e Newsweek, nos Estados Unidos da América.

atuação dos meios de comunicação social, a morte ganha, apesar disso, cada vez mais protagonismo, em meados do século XX, na época de ouro da televisão.

Como já vimos anteriormente, tudo isto sucede também num tempo em que a morte se foi tornando progressivamente mais privada, sendo tratada cada vez mais por profissionais e técnicos, longe de cada e do ambiente familiar, retirando o comum das pessoas do convívio próximo deste processo.

Hanusch defende que, para os *media*, a morte é um tópico quente e apetecível e, por isso, a sua representação nos meios informativos é importante para conquistar audiências. Apesar da atenção dada ao tema por parte dos *media*, Hanusch (2010: p.34) considera, no entanto, que ao mesmo tempo que a presença da morte nas notícias é maior, essas notícias não mostram imagens gráficas da morte, ou seja, imagens do cadáver ou das circunstâncias da morte, o que se traduz numa tentativa de a esconder. Também no que toca às imagens da morte publicadas na imprensa ou difundidas pela televisão, o autor conclui que não são tão frequentes como poderia parecer (Hanusch, 2010: p.77). Na verdade, as imagens publicadas há poucos séculos atrás eram bem mais gráficas do que aquelas que os jornais publicam atualmente, levando mais uma vez a considerar que há uma preocupação em não mostrar ao público o ato de morrer.

Num artigo anterior ao seu livro sobre a representação da morte, Folker Hanusch tratou a cobertura fotográfica da morte em quatro jornais: dois alemães (*The Frankfurter Allgemeine Zeitung* e *Su¨ddeutsche Zeitung*) e dois australianos (*The Australian* e *The Sydney Morning Herald*) durante os meses de setembro e outubro de 2004. Na abordagem que fez do tema, o autor vai buscar contributos de outras investigações que puseram em evidência o quão gráficas são as imagens da morte na imprensa, concluindo que as imagens são tanto mais explícitas, quanto mais longe ocorre a morte (2008: p.303). O mesmo defendem Walter, Littlewood e Pickering (1995: p.586), ao afirmar que os desastres que acontecem fora do Reino Unido são noticiados juntamente com imagens explícitas do horror e considerando mesmo que quanto maior a distância cultural, mais explícitas serão as fotografias. Quer isto dizer que uma tragédia que ocorra a milhares de quilómetros de distância terá mais possibilidades de ser retratada com os destroços dos corpos, do que a morte de pessoas que pertencem à mesma comunidade, sociedade ou território do jornal em causa. Esta afirmação deve ser, contudo, relativizada, de acordo com os contextos culturais de cada país, que enquadram não só as formas de compreensão

da morte, como os próprios contextos comunicativos em que ela ocorre, na sociedade e nos meios de comunicação social. Assim, o que é verdade para a imprensa britânica, por exemplo, pode não ser aplicável à imprensa portuguesa ou norueguesa. Além disso, dentro de um mesmo país os diferentes meios de comunicação social têm distintas linhas editoriais. Recorde-se o abate do avião da Malaysia Airlines na Ucrânia, a 16 de julho de 2014, que motivou, no dia seguinte, a publicação no Correio da Manhã da imagem dos corpos das vítimas visíveis e identificáveis no meio dos destroços, na primeira página. Todos os meios de comunicação social do país tiveram acesso às imagens veiculadas pela Reuters, mas apenas este jornal as utilizou.

Após análise dos periódicos alemães e australianos Hanusch (2008: p.305) conclui que das 997 notícias publicadas nas edições dos quatro jornais analisados, menos de metade eram acompanhadas por imagens. Destas, só 16 eram fotografias onde era possível ver o corpo da pessoa falecida e apenas cinco mostravam sangue. O estudo mostra que a grande maioria das fotografias retratava a pessoa ainda viva ou continha imagens gerais do cenário de destruição que causou a morte. Para o autor, estas conclusões significam que a morte está presente nas notícias, mas de uma forma virtual, ou seja, não podemos falar de uma morte gráfica e explícita. Hanusch (2008: p.315) diz que o assunto morte está muito presente, mas de forma cuidadosa e procurando não ferir suscetibilidades, sobretudo se a morte diz respeito a pessoas ou comunidades que nos são próximas.

Barbie Zelizer (2010) defende que os jornais apostam, sobretudo, nas imagens que sugerem a morte, em detrimento das imagens que mostram o morto. Assim, a autora define a categoria de "*as if*" como forma de classificar as fotografias onde a morte pode estar implícita, ou até mais explícita (como no caso das imagens das pessoas que se atiraram do World Trade Center no 11 de Setembro), mas que não é, ainda, a morte real, ou seja, a morte "*as is*". A autora reconhece que há vários exemplos do contrário, mas afirma que grande parte do público norte-americano defende que a morte nas notícias deve ser privada e não mostrada. Esta timidez em ver a morte, diz Zelizer (2010: 21), é atualmente perturbada por um ambiente mediático que dá primazia às imagens mais gráficas das tragédias e dramas mas, ainda assim, muito poucas fotografias nas notícias retratam a morte. Como tal, numa época em que as fotografias da morte e de atos violência proliferam em todo o lado, não deixa de ser curioso este desconforto em relação às imagens da morte como parte das notícias. A autora exemplifica esta realidade com o estudo, segundo o qual,

em março de 2003, 53% da população norte-americana defendia que os *media* não deviam mostrar imagens dos soldados americanos capturados no Iraque. Fora dos Estados Unidos da América, diz Zelizer (2010: p.22), a realidade é semelhante, ainda que possa depender do contexto: aquando da morte da Princesa Diana, em 1997, os jornais italianos publicaram imagens mais gráficas do acidente, enquanto os *media* ingleses foram mais contidos; depois do *tsunami* de 2004, os jornalistas indianos criticaram os meios de comunicação social ocidentais por mostrarem imagens dos mortos na Indonésia, pedindo-lhes a mesma contenção que mostraram no 11 de setembro.

2.2.5 De que tipo de mortes falam as notícias?

Hanusch dedica ainda um capítulo do seu livro à morte como valor-notícia nos *media* atuais e analisa mais detalhadamente o espaço que ela ocupa entre as outras notícias, assim como quais os tipos de mortes mais noticiados. O autor começa por dizer que algumas vítimas são mais dignas de compaixão do que outras, referindo um estudo de Gerbner (*cit. in* Hanusch, 2010: p.37) onde se defende que as mulheres e as minorias são mais facilmente representadas como vítimas do que outros grupos. Outros autores falam ainda nas crianças e nos idosos como mais passíveis de serem vistos como vítimas através dos *media*. Ainda assim, o investigador salienta o facto de estas ilações poderem ser variáveis consoante o país, o contexto e a cultura de que falamos.

Hanusch (2010: p.39) diz que "as mortes que são visíveis nas notícias são as mortes invulgares", à exceção dos suicídios, cuja repercussão na imprensa é pouco relevante, na medida em que muitos órgãos de comunicação social consideram que não devem noticiar suicídios, com receio de inspirar comportamentos semelhantes nas pessoas[32].

O autor fala ainda na perspetiva política e económica das mortes, razão pela qual algumas delas integram o alinhamento das notícias e outras não (Hanusch, 2010: p.45). São fatores decisivos o *status* da pessoa, o seu género, idade e sobretudo, quando se trata de casos de figuras próximas dos leitores do órgão de comunicação social.

A causa de morte é outro dos fatores relevantes: têm um peso maior nas notícias as mortes por acidente ou fruto de violência. Já no que toca às mortes que ocorrem fora do país, a sua presença nas notícias nacionais prende-se com razões políticas e económicas. Assim, à

[32] Daniel Cornu (1994: p.289) recorda que há duas exceções face à inibição de noticiar suicídios: o caso do suicídio de uma personalidade conhecida e os casos de suicídios na via pública, na presença de testemunhas, ainda que neste segundo caso a menção nos jornais seja, normalmente, comedida.

exceção de catástrofes ou calamidades, as notícias internacionais são reportadas quando a ligação entre os dois países é de proximidade geográfica ou cultural. Hanusch (2010: p.46) lembra que a identificação com as vítimas é importante na forma e decisão de reportar determinados casos. Daí o facto de darmos destaque à morte de uma só pessoa dentro do nosso país, mas só reportarmos as mortes no estrangeiro quando se trata de um número mais elevado de pessoas, quando a figura tem proeminência social, quando o país é culturalmente próximo ou quando estão envolvidos indivíduos da nossa nacionalidade.

Os obituários são outra das formas de reportar as mortes na imprensa e, tal como Hanusch (2010: p.49) refere, são utilizados nos jornais desde o século XVII, tendo crescido a popularidade deste género no século XIX. Importa aqui clarificar que não falamos dos anúncios publicitários sobre a morte de alguém, nem dos agradecimentos dos familiares do falecido, mas sim dos textos noticiosos que relatam a vida do falecido. O obituário referido por Hanusch é um género jornalístico muito utilizado nos Estados Unidos da América e no Reino Unido, havendo jornais, como o *The Guardian*, que dedicam duas a três páginas diárias à secção dos obituários. Os estudos desenvolvidos e apresentados por Hanusch (2010: p.50) mostram que a maioria das pessoas que figura nos obituários é do sexo masculino. Além disso, as elites têm mais hipótese de ser mencionadas nesta secção dos jornais e a maioria dos obituários são feitos acerca de pessoais naturais do local onde o jornal está sedeado.

Hanusch (2010: p.53) conclui que sendo o inesperado um dos valores-notícia identificados por Galtung e Ruge, é natural que a maioria das mortes de cidadãos comuns representadas na imprensa diga respeito a assassinatos e acidentes. Parece-nos útil acrescentar que também o valor-notícia referente à proeminência das personalidades envolvidas entra na equação sobre a escolha das mortes que figuram nos *media*. Se no caso dos cidadãos comuns é preciso que a morte resulte de um acontecimento inesperado, no caso das figuras públicas, basta o facto de elas serem conhecidas para que a sua morte tenha espaço nas páginas dos jornais. É isso mesmo que nos dizem Walter, Littlewood e Pickering (1995), quando consideram que só uma minoria das mortes chega a ser notícia. Por um lado, temos as mortes das figuras públicas, segundo o princípio de que aqueles que vivem na esfera pública não podem esperar morrer na esfera privada. Por outro lado, os *media* reportam as mortes de indivíduos comuns, sempre que estas resultem de circunstâncias extraordinárias, enquanto interrupção da rotina, e essas circunstâncias sejam consideradas importantes pelo

seu dramatismo, pelo seu potencial tratamento sensacionalista e pela sua negatividade (Walter *et al.*, 1995: p.583).

Hanusch (2010: p.129) traz também para a discussão o conceito de memória coletiva, enquanto memória construída num determinado grupo social sobre um passado. Para o autor, há uma ligação lógica entre o papel do jornalismo como fornecedor de histórias e a formação desta memória coletiva. Ainda assim, o jornalismo nem sempre é visto como contributo para a construção das memórias, pois para muitos ele dá apenas o primeiro esboço dos acontecimentos e é omisso no seu acompanhamento. Nos últimos anos, no entanto, alguns autores perceberam que o passado é cada vez mais referido nas notícias, ajudando a enquadrá-las e, como tal, são muitos os estudos que se debruçam sobre a questão do jornalismo e da memória coletiva.

Para Hanusch (2010: p.131) é sobretudo durante eventos mais críticos, como o 11 de Setembro, o caso Watergate ou o assassinato de Kennedy, que os jornalistas invocam mais vezes o passado. Estes *media events* servem ainda para os jornalistas legitimarem o seu poder e para unir uma nação em torno de um tema. Como tal, a morte interpreta aqui um papel relevante. Segundo Pantti e Wieten (*cit. in* Hanusch, 2010: p.132), os casos trágicos de *media events* são apresentados de forma similar e caraterizam-se por serem eventos de integração, de consenso e unidade nacional, de luto coletivo. Há aqui um papel relevante dos órgãos de comunicação social ao mediar este tipo de eventos. Walter (*cit. in* Hanusch, 2010: p.132) diz que os *media* assumiram o papel da religião nas sociedades modernas, no que toca a lidar com a morte, na medida em que muitos dos rituais que eram geridos pelas igrejas passam agora pelos meios de comunicação social. O autor diz que a própria construção do luto coletivo acontece em torno dos *media* como espaço público que ajuda os seus espectadores nesse mesmo luto.

O autor relembra aqui que os jornalistas sempre tiveram um papel relevante como narradores de histórias nacionais, sobretudo com a chegada da imprensa de massas. Os obituários são, aliás, uma das formas através das quais os jornais sempre tornaram presente a morte. Fowler (*cit. in* Hanusch, 2010: p.133) examinou o significado construído pelos obituários das celebridades, notando que eles evocam caraterísticas que as tornam mais próximas do público, convocando referências que o comum mortal partilha. Um dos exemplos é tratado por Kazmier (*cit. in* Hanusch 2010: p.133) e refere-se à morte de Ellen Terry, uma atriz inglesa cuja morte, em 1928, desencadeou um movimento de

reinvestimento na identidade nacional, numa época em que a Inglaterra perdia a sua influência no mundo. O luto em massa foi mediado pela imprensa, tal como aconteceu, 70 anos depois, com a morte da princesa Diana.

Por seu lado, Carolyn Kitch (*cit. in* Hanusch, 2010: p.134) salienta no seu estudo a forma consistente como a morte foi tratada pelos *media* ao longo dos anos. Assim, a autora identifica um processo que se mantém mais ou menos estável e que é composto por três etapas através das quais os jornalistas fazem a mediação do processo de luto alargado. Primeiro a separação do falecido, através da própria morte, seguindo-se os ritos do funeral, onde prepondera o sentido de comunidade. Por último, a reafirmação dos valores coletivos e aceitação da morte.

Davies (2005: p.216) considera que as "grandes mortes", de que é exemplo a morte de Diana, dão origem a discursos de louvor em relação ao falecido. Quanto a este enaltecimento que é feito da personalidade que acabou de morrer, o autor considera que se trata de um mecanismo para "inserir a sua vida no lugar que lhe é devido na história da sociedade", reconhecendo que pode acontecer serem realçados valores negativos, mas a grande influência dos comentários dos órgãos de comunicação social, para Davies, é o sentimentalismo de um país e os valores do cristianismo.

2.2.6 O caso Diana

Diana Spencer morreu num acidente de automóvel a 31 de agosto de 1997 em Paris. O carro seguia a alta velocidade enquanto era perseguido por *paparazzi*, que tentavam captar imagens da ex-mulher do Príncipe Carlos de Inglaterra. A notícia da morte da Princesa Diana interrompeu e suspendeu a programação das televisões, ao mesmo tempo que deu origem a um fenómeno de luto coletivo que se iniciou com a deposição de flores e demonstrações públicas de pesar. Os meios de comunicação social procuraram responder às mortes ocorridas (além de Diana faleceu ainda o seu companheiro, Dodi Al Fayed, e Henri Paul, o condutor) e à escala da resposta das audiências que começou a ser produzida, focando-se na espectacularização pública deste *media event* (Kear e Steinberg, 1999: p.1).

A morte de Diana ocupou inúmeras páginas da imprensa do Reino Unido, assim como de outros jornais um pouco por todo o mundo. Falou-se, não só, das circunstâncias do acidente, mas das relações da vítima com a família real britânica, da sua história de vida e ação humanitária. O funeral foi transmitido em direto por centenas de canais televisivos de

todo o mundo e foi visto por 2,5 mil milhões de pessoas. Segundo Ignacio Ramonet, "na Venezuela ou no Brasil, centenas de milhares de pessoas ficaram acordadas toda a noite, por causa das diferenças horárias, para acompanhar em tempo real a cerimónia no pequeno ecrã" (1999: p.9). Já em Londres foram colocados ecrãs gigantes em Hyde Park e outras localizações centrais da cidade, de modo a "assegurar um espetáculo mediatizado completo" (Kear e Steinberg, 1999: p.2). Ramonet recorda que vários investigadores compararam este fenómeno de luto mundial com o sucedido aquando do assassinato de John Kennedy ou do atentado contra o Papa João Paulo II, mas para o autor nenhum destes acontecimentos originou semelhante "tempestade mediática" (1999: p.10).

Ramonet é um dos críticos do tratamento da informação como mercadoria e exemplifica-o com a hipermediatização de casos como a morte da Princesa Diana. O autor considerava, na altura da publicação do seu texto, que esta fora a maior difusão de um acontecimento na história dos *media* de massas. "A imprensa escrita – diária e periódica -, rádios e televisões consagraram a este acontecimento mais espaço do que a qualquer outro respeitante a uma pessoa, em toda a história dos meios de comunicação de massas", escreve Ramonet (1999: p.8). O ex-diretor do Le Monde Diplomatique lembra os recordes de vendas dos jornais britânicos no dia que se seguiu à morte da princesa Diana: "The Sun, por exemplo, vendeu 3,9 milhões de exemplares, The Mirror 2,4 milhões, The Daily Mail 2,3 milhões e The Daily Telegraph 1,1 milhões".

Considerando-a como uma das principais heroínas da "imprensa people", Ramonet afirma que, enquanto figura mediática, Diana havia sido "elevada" ao estatuto de personagem da vida real: uma "princesa triste, melancólica, que tem tudo para ser feliz (beleza, felicidade, sucesso, riqueza), mas que não é estimada pela sogra, a rainha, que é abandonada pelo marido seduzido por uma 'mulher má', e que transfere o excesso de amor para os filhos e para as desgraças do mundo" (Ramonet, 1999: p.12). Com a sua morte, Diana "salta" desta categoria de personagem principal da "imprensa people" para "as rubricas principais, nobres, dos diários da imprensa política". Foi aquilo a que Ramonet (1999: p.13) chamou "curto-circuito mediático" e que ocorreu à escala planetária, em todos os meios de comunicação social.

Autores como Kear e Steinberg (1999) e Johnson (1999) defendem que a monumentalidade das reações à sua morte estão diretamente relacionadas com a escala colossal da indústria gerada à volta de Diana ainda em vida e com a excessiva

representação de que foi alvo. A mediatização da sua imagem, a quantidade de cobertura mediática que gerou e de espaço que ocupou tornaram Diana numa personagem valiosa para a economia da mediatização pós-moderna, dizem Kear e Steinberg (1999: p.3), acrescentando que a sua ressonância em vida foi amplificada no evento que foi a sua morte. Para Johnson (1999: p.37), a intensidade do luto após a morte de Diana está diretamente relacionada com a sua fama e vulnerabilidade, que a tornaram disponível aos olhos dos outros como fonte de prazer, identidade e reconhecimento. O autor considera que a princesa combinava uma redefinição poderosa de uma função tradicional e representativa (o facto de pertencer à família real) com a capacidade de dar atenção à realidade dos outros, nomeadamente dos mais desfavorecidos, algo que a tornou adorada aos olhos de muitos.

> "Erradamente reconhecido pelos críticos como fabricado ou sentimental, este luto foi uma expressão típica da tristeza do público e de uma perda pessoal, aumentado quer pela intimidade e extensão das conexões sociais de Diana (cara a cara ou mediadas), quer pelos próprios *media* globais modernos. Acima de tudo, talvez, nós entristecemo-nos por aquilo que perdemos tão de repente e que reconhecemos tão tarde" (Johnson, 1999: p.37).

Para Graeme Turner (2004) a função cultural das celebridades tornou-se ainda mais pertinente após a espetacularização da morte da princesa Diana, nomeadamente na expressão de tristeza genuína por parte de pessoas que não conheciam a figura, mas que a sentiam como sendo parte das suas vidas (Turner, 2004: p.89). Para o autor, este momento foi especialmente poderoso por demonstrar que as figuras públicas contemporâneas mediadas em massa têm um papel na vida da população que até à data havia sido mal-entendido e subestimado.

Referindo-se à globalização e à instantaneidade da cobertura mediática, a partir do prisma da luta de audiências, o autor realça que em certos momentos há a prevalência de um dado acontecimento sobre todos os outros no espectro televisivo, o que se verificou com a morte da Princesa Diana. As emoções causadas no público foram assinaláveis, mas não improcedentes, pois já havia acontecido aquando da morte de Kennedy ou de John Lennon. O autor estabelece, no entanto, uma distinção. Segundo Turner seria fácil pensar que Diana Spencer era menos relevante para a esfera pública do que John Kennedy ou John Lennon, visto que a morte do primeiro foi um evento político mundial e o segundo era um dos maiores músicos internacionais. Quanto a Diana, poder-se-ia argumentar que o interesse do público por ela girava apenas em torno da visibilidade que os *media* lhe davam e do drama

à volta do seu casamento e divórcio. Para Turner (2004: p.91) as reações à sua morte provaram precisamente o contrário, sinal de que por mais que a indústria se esforce por criar e impor celebridades às audiências, o público continua a ter uma palavra a dizer no que toca à empatia que estabelece com determinadas figuras.

Opinião diferente tem Ellis Cashmore (2006: p.30), para quem a dor e o luto que se seguiram à morte da princesa Diana não têm paralelo com qualquer morte de celebridades antes de 1997. O facto de o seu funeral ter contado com a presença de três milhões de pessoas e, nos dias antes, mais de um milhão de pessoas ter deixado flores e lembranças no Palácio de Kensington e de mais de dois biliões de pessoas em todo o mundo terem seguido o acontecimento pela televisão torna, aos olhos do autor, este fenómeno mais expressivo do que os fenómenos populares surgidos anteriormente aquando do falecimento de John Kennedy, Elvis Presley ou John Lennon.

A morte da princesa Diana e a mediação que foi feita do evento mereceu a atenção de inúmeros investigadores. Hanusch (2010: p.136) considera que o luto por Diana se transformou num evento global devido ao facto de ela se ter tornado numa celebridade mundial. Este foi um evento que uniu na dor não só o povo de Inglaterra, mas pessoas de todo o mundo, sendo que também aqui a "princesa do povo" foi descrita pelos *media* como sendo "uma de nós".

O papel dos *media* neste acontecimento é visto através de duas perspetivas. O debate opõe a visão da autenticidade do evento face ao seu caráter mediado. Becker (*cit. in* Turner, 2004: p.98) diz ser ingénuo pensar que podemos fazer a separação entre os *media* e a realidade como se separássemos a representação e o real encarando apenas o segundo como autêntico. A autora defende, por isso, que neste tipo de *media events* não existe outra realidade além daquela que nos é fornecida pelos meios de comunicação social e que o funeral de Diana não foi menos real por ter sido um evento massivamente mediado. Também Johnson (1999: p.18) defende o luto como real, considerando que apesar de este ser mediado, tal como foi mediada a relação dos fãs com Diana, foi suficientemente real para gerar ações com significado. Turner (2004: p.101), por sua vez, acredita que este luto global tem a ver com as expetativas do público em relação à celebridade vista como mercadoria que se espera que continue a desempenhar o papel que a audiência lhe reservou nas suas vidas. A continuidade da narrativa da sua vida seria, por isso, uma mercadoria oferecida ao público como entretenimento e a interrupção dessa narrativa criou o choque

da perceção que a vida daquela personalidade não voltaria a estar disponível para o público da mesma forma.

Para Tony Walter (*cit. in* Hanusch, 2010: p.137) eventos como o luto por Diana são sinais de um retorno ao luto público. Além disso, como as pessoas têm cada vez menos contacto com a experiência da morte nas suas vidas pessoais, confiam nas descrições que são feitas através dos *media* sobre a forma como as pessoas choram e fazem o luto destas tragédias. Isto levanta uma questão face à forma como lidamos com a morte, pois não só o tratamento da morte se profissionalizou, como já referenciamos atrás, passando os moribundos a estar no hospital e não em casa, como os próprios *media* profissionalizaram a mediação que fazem da morte. O moribundo deixou de estar em casa e já não é a sua família que assume a responsabilidade por ele até à hora da morte, pois são os hospitais quem tem essa tarefa. Da mesma maneira, o luto e as tragédias relacionadas são hoje mediadas e vividas por um coletivo que partilha os mesmos rituais, mas que não se conhece e está fisicamente distante. Tal como defende Walter (2008: p.324), enquanto a medicina é uma ferramenta para protelar a morte, os *media* substituíram as tentativas por parte da religião de criar algum sentido perante a morte.

Dayan e Katz (2005) analisaram o fenómeno de luto coletivo após a morte da princesa Diana, considerando que para dar sentido ao acontecimento que foi a morte daquela personalidade, o público começa por mobilizar uma série de memórias que guarda da figura e essas memórias variam consoante o público de que falamos. Para os britânicos, por exemplo, a primeira das memórias será o cerimonial do casamento entre Carlos e Diana, que conferiu a Diana o papel de "princesa do povo". Segundo os autores, o divórcio interrompeu esse mandato de representante do povo e, como tal, o seu funeral assume uma vertente de protesto. Neste sentido, o facto de ele ter assumido um cariz nacional foi uma exigência do próprio público. Dayan e Katz (2005: p.67) consideram que o funeral marca a independência de Diana face à monarquia, ou seja, para o povo ela passou a ser uma princesa, independentemente de alguma vez ter tido uma ligação à família real britânica.

Este funeral, transmitido em direto por várias televisões mundiais, vai criar diferentes comportamentos de luto. Dayan e Katz (*idem*) falam dos espetadores que se reúnem em espaços públicos ou que promovem celebrações privadas, a par com a população que nas ruas mostra a sua devoção à princesa.

> "A ausência de uma verdadeira tutela do acontecimento traduz-se numa série de actividades rituais improvisadas, uma espécie de construção do luto. O funeral da princesa Diana marca uma nova etapa na transformação do agir cerimonial" (Dayan e Katz, 2005: p.67).

Os autores referem-se ao facto de, numa primeira fase, a cerimónia ter lugar dentro do espaço doméstico, face à projeção televisiva do funeral e, depois, a cerimónia privada passar para as ruas, onde se juntam públicos de várias cerimónias privadas, que vão assim multiplicar-se rumo à coletivização do luto.

A par destes rituais de luto, que se transferem do espaço privado para o espaço público, há ainda os fenómenos de culto, que passam pela ocupação do túnel onde se deu o acidente que vitimou Diana com oferendas, velas e fotografias. Lumby (2006: p.543) considera que a indústria em torno de Diana não só não terminou com a sua morte, como até conheceu um aumento, uma vez que a sua imagem continuou a fazer parte de capas de revistas, integrar livros e documentários, bem como a vender souvenirs. Os tributos e objetos de memória regressam a cada aniversário da sua morte, dando como exemplo, em 1998, o facto de o irmão de Diana ter aberto a casa de família em Althorp, na qual ergueu um museu dedicado à princesa, que custou três milhões de libras. A autora defende que a imagem de Diana se tornou numa mercadoria, algo que aconteceu, ainda durante a sua vida, mas após a sua morte foi utilizada sem autorização nos mais variados campos, como forma de render algum dinheiro.

2.3 Natureza e transformação na linguagem dos media

A linguagem dos *media* tem vindo a sofrer alterações, desde o início da história da imprensa até à era digital. Neste capítulo procuraremos debruçar-nos sobre este longo processo, a nosso ver, marcado pelo objetivo de simplificação da linguagem, tendo em vista chegar ao maior número de leitores, uma das tendências que se acelerou com a entrada da imprensa na revolução industrial. Com a chegada dos meios eletrónicos, como a rádio e a televisão, a imprensa teve de se ajustar, de modo a não perder o seu lugar no panorama dos novos meios de comunicação social. A chegada da internet causou novas inseguranças quanto ao papel dos jornais e estes tiveram uma vez mais que se adaptar. Com o assoberbar das questões empresariais e de rentabilidade económica, a imprensa escrita viu refletidas essas lógicas no interior das redações, o que, por vezes, se traduz em estratégias sensacionalistas próprias de um período caraterizado por uma hiperconcorrência entre os *media* (Charron e Bonville, 2004a: pp.292-293).

Brin, Charron e Bonville (2004: pp.2-4) identificaram quatro períodos na história do jornalismo norte-americano, que traduzem as transformações verificadas no setor, desde a invenção da imprensa. Para os autores o jornalismo do século XVII era um jornalismo de transmissão, em que o jornalismo não tem propriamente direito à palavra, limitando-se a servir de facilitador da informação entre a fonte e o leitor. Esta realidade muda, a partir do século XIX, com aquilo que os autores apelidam de jornalismo de opinião, visto que o jornal estava, nesta época, ao serviço de causas e lutas políticas. Fruto de melhoramentos técnicos, intensificação das relações comerciais e percepção do caráter lucrativo da imprensa, entre o final do século XIX e início do século XX os autores situam o surgimento do jornalismo de informação, que se generalizou a partir dos anos 20 do século passado. Brin, Charon e Bonville (*idem*) identificam, por último, o paradigma do jornalismo de comunicação, face ao surgimento de novos mercados, inovações técnicas, liberalização dos mercados e multiplicação das plataformas mediáticas. Esta tendência, verificada a partir da década de 70 e 80 do século XX, e consonante com a escalada da competitividade entre os *media*, leva a preocupações em torno da diferenciação das mensagens, bem como à proliferação da subjetividade do discurso jornalístico, a par com a incorporação na notícia de cada vez mais comentários e juízos de valor. Segundo os autores, ficção e realidade misturam-se, a anedota pode adquirir o *status* de um evento e a informação torna-se em entretenimento, adotando um tom de humor ou da proximidade de uma conversa familiar. Também a emoção e o discurso promocional são marcas deste jornalismo de comunicação.

MacDonald (2003: p.55) também sublinha esta mudança, assente do abandono do traço do serviço público informativo, em prol do entretenimento e considera que ela é visível no distanciamento face às preocupações de cariz público e na aproximação ao lado privado e pessoal dos temas. Recordemos, a este propósito, o esquema de Colin Sparks, distinguindo os dois eixos do jornalismo: o jornal de referência e o verdadeiro tablóide. Para o autor, o primeiro concentra a sua matéria informativa nos acontecimentos da vida pública, enquanto o segundo dá primazia à vida privada. No entanto, não podemos esquecer que os conceitos de vida pública ou privada têm sido muitas vezes confundidos face ao discurso dos *media*. MacDonald (2003: p.101), referindo-se à televisão, considera que, apesar da inclusão do indivíduo comum no espaço público televisivo (por exemplo, com a construção da celebridade através dos *reality-shows*) e da exposição de detalhes íntimos da vida de políticos e celebridades, a supremacia hierárquica e o poder do mundo público

permanece intocado. A questão, diz a autora, é que a visibilidade mediada e crescente da vida pública intensificaram a sua construção como um espaço performativo, onde a autoridade e o poder estão constantemente em jogo, alimentados pelos construtores da imagem. Ora, se os *media* têm um papel na criação destas performances, também o terão ao revelar os momentos em que a gestão teatral falha, expondo as imperfeições que outrora seriam privadas.

Por outro lado, a incorporação das emoções privadas ou da vida quotidiana no domínio público, levada a cabo pelos *media*, trouxe poucas mudanças à construção do dia-a-dia e não perturbou as fronteiras entre o público e o privado. O que aconteceu foi que as performances televisivas do privado neutralizam o efeito que elas pudessem ter do ponto de vista político e são absorvidas pela crescente cultura das celebridades.

Recordemos o que diz Daniel Cornu a este propósito. Para o autor, todos os *media* "estão por igual sujeitos à necessidade de dizer e de mostrar", e o que os distingue é a maneira de dizer e de mostrar, sendo que as diferentes opções dos diferentes *media* podem pender para o lado da "informação devida ao público" ou para "o que releva da exploração das misérias humanas, da cedência ao horror, ao *voyeurisme*" (Cornu, 1994: p.293).

2.3.1 Discursos na imprensa escrita

O investigador José Rebelo (2009) analisou as estratégias de enunciação utilizadas pelos jornalistas. O autor lembra que a imprensa pré-revolução industrial era sobretudo uma imprensa de opinião pautada por um jornalismo literário, tal como o denominou Habermas (Rebelo, 2009: p.14). Assim, a acompanhar o início do processo que viria a transformar o jornal numa indústria, surgem várias mudanças, com os jornalistas a erguerem as bandeiras da independência e da objetividade. Com preços mais reduzidos, uma nova fonte de financiamento (publicidade), melhoria das comunicações e dos transportes e maior alfabetização da população (que se traduzia em mais leitores), os jornais do século XIX vão buscar à objetividade uma nova estratégia.

Mário Mesquita (2003) e José Tengarrinha (1989) abordam a questão da objetividade como uma das grandes mudanças introduzidas no jornalismo do século XX. Mesquita (2003: p.208) lembra que o jornal quer chegar a um público cada vez mais vasto e diversificado, até porque precisa de "credenciar o periódico perante os anunciantes". A objetividade surge, por isso, como estratégia de conquista de público e vai relegar para

segundo plano a discussão e opinião, tal como relata Tengarrinha (1989: p.219). Este historiador sublinha que o jornal passa, assim, a dirigir-se a todos a não a um grupo de leitores restrito e ideologicamente orientado, como vinha acontecendo até então. Tal como lembra Rebelo (2009: p.16), daqui emerge a noção do jornal como espelho da realidade, sendo esta tendência para a neutralidade e isenção uma das primeiras grandes mudanças no discurso jornalístico da era industrial.

A esta nova fase, que se chamou novo jornalismo, corresponde uma mudança de paradigma: o jornalista sentado perde lugar para a figura do repórter, que corre atrás da notícia, que procura fontes e testemunhas, ao invés de aguardar pela informação sentado na sua secretária. "Com a expansão da imprensa, as empresas jornalísticas tornaram-se cada vez maiores, mais complexas, mais burocráticas, com uma crescente divisão do trabalho" (Traquina, 2002: p.41). Este processo ficou igualmente marcado pela ascensão da classe dos jornalistas face aos homens de letras, de culturas, políticos que dominavam as redações da era pré-industrial.

A questão da profissionalização do jornalismo começa a ganhar corpo quando os jornalistas tomam consciência de si próprios enquanto classe profissional. No caso português, tal facto está bem patente na criação das primeiras associações de classe, a partir dos finais do século XIX, em Portugal. Entre 1880 e 1924, os jornalistas fundaram onze organizações de classe, sinal da sua crescente consciencialização profissional (Cunha *cit. in* Sousa, 2009: p.9).

A profissionalização do jornalista é também contemporânea das mudanças que se verificam na empresa jornalística a partir de 1830. Tengarrinha (2011: p.854) nota que o papel de proprietário, de editor e de redator tendiam a estar concentrados numa ou num reduzido número de pessoas e que, com a chegada da industrialização à imprensa, o jornal passa, progressivamente, a integrar funções especializadas como a do editor, do redator responsável e dos noticiaristas e folhetinistas: "Entrava-se, assim, na formação da categoria profissional do jornalista e, ao mesmo tempo, numa certa autonomia da redação dentro da organização do jornal" (Tengarrinha, 2011: p.859).

Neste processo são ainda dignas de nota outras alterações: o facto de o jornalista passar a ser somente um assalariado, deixando de ser proprietário do meio de comunicação para

onde escreve, e a maior credibilidade dos jornais, fruto da colaboração de escritores e intelectuais com a imprensa da época, até então afastados da imprensa.

As mudanças que acabámos de registar são concomitantes às alterações verificadas igualmente na linguagem jornalística. É no século XIX que o género reportagem é introduzido nos jornais, enquanto texto noticioso que visa espelhar a realidade e enquanto técnica que incluía descrição dos cenários e o recurso a testemunhas. Segundo Traquina (2002: p.43), "os repórteres recorriam cada vez mais à técnica de entrevistar as pessoas na obtenção de factos". Sousa (2008: p.30) nota que o repórter começa a ganhar uma importância crescente, face ao chamado "escritor de jornal", que escrevia sobretudo os artigos políticos. "Se noticiar era a principal incumbência dos jornais industriais, então as técnicas de redacção rapidamente foram contaminadas pela busca da factualidade, pela separação entre informação e opinião, pelo predomínio do objecto sobre os sujeitos que o enunciam (objectividade)" (Sousa, 2008: p.30).

Sousa (2008: p.32) apresenta como exemplo desta mudança o Diário de Notícias, fundado em 1864 com a intenção de informar, deixando de lado a opinião e propondo uma postura de independência e neutralidade. O editorial da sua primeira edição assume, aliás, que quer "interessar a todas as classes, ser acessível a todas as bolsas, e comprehensivel a todas as intelligencias" (sic) (Coelho, 1864: p.1). Ainda assim, não deixamos de falar de um jornal oitocentista, com uso de adjetivação e linguagem menos precisa. "É de notar os floreados na linguagem e a polidez com que se tratavam as pessoas, gentilezas perdidas historicamente em favor da noção da 'verdade nua e crua dos factos' " (Sousa 2008: p.32). O rigor enquanto estilo e objetivo dos conteúdos jornalísticos permaneceu e levou até à reorientação editorial de alguns títulos já existentes, que evoluíram para jornais generalistas noticiosos, como foi o caso d' O Primeiro de Janeiro.

Santos aborda a questão dos géneros jornalísticos na transição entre os séculos XIX e XX, lembrando que os editoriais diários, então designados artigos de fundo, eram o principal espaço do jornal e congregavam um texto opinativo sobre os principais acontecimentos do dia, com destaque para a política. Este artigo de fundo dava também atenção aos "rumores da vida mundana da aristocracia e do círculo próximo do poder político" (Santos, 2010: p.33). Havia ainda os casos do dia, onde a informação era mais factual, bem como as colunas de *fait-divers* sobre a aristocracia, que foram perdendo importância à medida que esta classe social foi perdendo o estatuto mas, a nosso ver, permanece ainda hoje nas

páginas "cor-de-rosa" dos jornais generalistas, nas notícias sobre celebridades. O folhetim era outra das secções do jornal, com lugar fixo. Entre os géneros jornalísticos, destaque ainda para a entrevista longe do formato que hoje lhe conhecemos e que, até finais do século XIX, era designada como *interview* (Santos, 2010: p.36). Ainda com marcas do jornalismo literário, encontramos também o inquérito, destinado à reconstituição de um acontecimento, aproximando-se da "grelha narrativa do romance" (*idem*).

Segundo Jorge Pedro Sousa (2008: p.44) a expansão do "jornalismo noticioso objectivo, neutral e independente" teve como consequências o aumento do número de jornalistas com perfil técnico, por oposição aos jornalistas eruditos com raízes na literatura e na política; a criação de uma hierarquia profissional das redações; a fixação de um vocabulário específico e de competências inerentes à profissão, dando origem à discussão em torno da criação de uma formação específica para jornalistas; e uma diferenciação entre o "estilo literário, erudito ou persuasivo" e o "estilo jornalístico".

Rogério Santos, por sua vez, considera que o jornalismo praticado nos finais do século XIX e inícios do século XX caraterizava-se por "uma transição de ordem social, cultural e profissional", que teve expressão no grau crescente de importância conferido ao jornalismo factual e na fixação de algum vocabulário específico, nomeadamente no que diz respeito aos géneros jornalísticos. Outra marca desta transição foi a maior precisão da atividade jornalística, que foi deixando de ser vista como uma atividade artesanal, bem como a constituição de grupos representativos da classe.

2.3.2 Ocorrências e mecanismos do discurso

Dentro da análise do discurso do jornal, Rebelo (2009: p.48) evoca o "momento *Kairos*" para denominar o momento em que a ocorrência deixa de suscitar interesse no público leitor, após ter atingido o ponto mais elevado da curva ascendente, consistindo este momento na "morte jornalística dessa ocorrência". O autor defende que em dado momento uma ocorrência ganha espaço e relevo no jornal, progredindo na "curva ascendente do interesse" e sendo, por isso, "objecto de um tratamento noticioso cada vez mais intenso".

Parece-nos que isto se pode verificar com acontecimentos relevantes como um grande acidente, uma catástrofe natural, um desaire político ou a própria morte de alguém. No momento em que sucede esse acontecimento há um tratamento extensivo e crescente do mesmo. Após o auge de tratamento jornalístico dessa ocorrência, ela começa a decrescer

em interesse noticioso: já não é novidade e já não há mais nada a dizer sobre o caso. As cheias na Madeira em 2010 são um exemplo deste "momento Kairos", na medida em que foram amplamente noticiadas nas suas diversas perspetivas: há uma catástrofe natural, existem casas destruídas, pessoas feridas e vários mortos; faz-se a cobertura da destruição, ouvem-se os responsáveis políticos e as testemunhas; contabilizam-se estragos, mortos e feridos; dá-se notícia das campanhas de solidariedade para com as vítimas e das medidas extraordinárias do Governo para ajudar aquela região; a partir daqui começa a decrescer o interesse, a menos que aconteça ainda algo de inédito, como a descoberta de mais corpos ou se encontre alguém quando já não se acredita na existência de um sobrevivente.

José Rebelo (2009: p.109) analisa ainda as estratégias utilizadas pelo jornal para espelhar a realidade que ele pretende relatar. Chamando-lhes "mecanismos de autentificação", o autor começa por enumerar a redundância, visível na repetição da informação nas legendas, na imagem, no lead e no próprio texto. Rebelo diz que o leitor procura a confirmação do que está a ler e o jornal quer solidificar e tornar mais coesa a informação que está a veicular. As histórias paralelas são outro dos mecanismos utilizados pela linguagem jornalística: "tenta-se caracterizar positiva ou negativamente a personagem central, através da caracterização positiva ou negativa de personagens colaterais, com as quais a central tem evidentes nexos de causalidade" (2009: p.110). O autor quer com isto dizer que o jornalista recorre a outros intervenientes na história para "ajudar" o leitor a formular as suas próprias ideias, positivas ou negativas, face ao protagonista da informação.

Outra estratégia de autentificação descrita por Rebelo é o recuo temporal, consubstanciado no facto de o jornalista escrever num tempo posterior ao do acontecimento que relata, pretendendo transportar o leitor para aquilo que aconteceu através do seu relato cronológico dos acontecimentos. A delegação de saber, por sua vez, tem a ver com a credibilidade das fontes na origem da informação. O jornal dá a palavra a alguém com autoridade legitimada, que vai estabelecer uma relação com outra das personagens da notícia. O jornalista fica assim do lado de fora do discurso, tal como o próprio leitor.

2.3.3 Técnicas jornalísticas e valores-notícia

Traquina (2002: p.151) convoca os contributos de Ericson, Baranek e Chan que defendem o domínio de três saberes por parte dos jornalistas. Desde logo o saber de reconhecimento, que lhes permite identificar os acontecimentos com valor para se tornarem notícia e ainda o saber de procedimento, "conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na

recolha de dados para elaborar a notícia" (Traquina, 2009: p.152). Por último, o saber de narração, que "consiste na capacidade de compilar todas essas informações e 'empacotá-las' numa narrativa noticiosa em tempo útil e de forma interessante" (*idem*). Dentro deste saber de narração estaria a seleção do *lead*, do uso da pirâmide invertida, a resposta aos seis servidores da notícia (quem, o quê, onde, quando, porquê e como), a utilização de uma linguagem jornalística e regras estilísticas próprias (sintaxe direta e concisa, palavras concretas, voz ativa, descrição detalhada e importância do pormenor).

No que toca a esta linguagem jornalística, ou "jornalês", como também lhe chama Nelson Traquina, ela tem como caraterística primordial a compreensibilidade. Traquina (2002: p.156) identifica ainda outros traços comuns, como as frases e parágrafos curtos, palavras simples, sintaxe direta, concisão e utilização de metáforas. No entanto, estas caraterísticas gerais devem ser entendidas de forma flexível, na medida em que assumem uma maior proeminência ou aligeiram-se consoante os diferentes géneros jornalísticos.

Entre as técnicas jornalísticas não podemos deixar de retomar as teorias do jornalismo sobre os valores-notícia, ou critérios de noticiabilidade, que, embora não deixem de estar presentes na redação das notícias, se definem pelo conjunto de caraterísticas de um acontecimento capazes de o transformarem em notícia. Nas palavras de Wolf, o valor da noticiabilidade de cada acontecimento define-se pela "sua aptidão para ser transformado em notícia" (Wolf, 2009: p.189). Trata-se de requisitos que estão relacionados com a "perspectiva-da-notícia", ou seja, são atos de leitura que permitem que um órgão de informação responda "à questão que domina a actividade dos jornalistas: quais os factos quotidianos que são importantes?" (Wolf, 2009: p.190). Estamos, pois, perante um *modus operandi* dos jornalistas, de um saber enraizado nas suas práticas quotidianas, que lhes permite integrar o facto "no curso normal e rotineiro das fases de produção" (*idem*).

Deste modo, como refere Wolf, estamos perante "o conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos" (Wolf, 2009: p.195) e, de entre eles, escolher "quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?". Na verdade, um acontecimento não representa um único valor-notícia, mas sim vários valores-notícias conjugados. Quanto mais rico for determinado acontecimento em valores-notícia, mas probabilidades ele tem de figurar nas páginas do jornal.

Vários autores fizeram o inventário de diferentes valores-notícia, não havendo por isso uma única teoria sistematizada. Estes critérios foram evoluindo ao longo dos anos e continuarão a evoluir, ao mesmo ritmo que os jornais, o público e a própria informação. Ainda assim, existem alguns valores-notícia base que se têm mantido ao longo dos anos. É o caso do extraordinário, do insólito, do atual, da proeminência das personagens, do ilegal, das guerras, da calamidade e da morte, tal como refere Stephens (*cit. in* Traquina, 2002: p.173). O insólito foi um valor-notícia importante na era das folhas volantes (século XVII) e hoje mantém-se como um critério de noticiabilidade. Também os homicídios eram tema das folhas volantes, sendo que algumas tinham relatos escritos pelo assassino arrependido enquanto aguardava a morte (Traquina, 2002: p.175). Mais tarde, já em pleno século XX, o estudo de Gans (1979: p.8) mostra que a maioria das notícias tinha como protagonistas figuras proeminentes da sociedade. O autor distingue Conhecidos (*Knowns*) de Desconhecidos (*Unknows*) e conclui que a maioria dos atores das notícias são os Conhecidos, numa razão de 76% das notícias de imprensa e 71% das notícias televisivas. O autor esclarece ainda quem são estes Conhecidos, que na sua maioria derivam da esfera política, sendo que no que diz respeito aos Desconhecidos que protagonizam as notícias, estes são maioritariamente pessoas que protestam ou vítimas. Gans (1979: p.16) elenca os crimes, escândalos e investigações como as principais categorias de acontecimentos noticiados, lado a lado com os protestos, desastres e insólitos.

Galtung e Ruge estão entre os percursores no estudo dos valores-notícia. Dos critérios elencados pelos autores já faziam parte o inesperado, a referência a pessoas de elite e a negatividade. Quanto ao inesperado, os autores dizem que são os acontecimentos mais raros, e dos quais não estamos à espera, que atraem a atenção de alguém e, como tal, têm mais hipótese de se tornar notícia (Galtung e Ruge, 1965: p.67). No que toca à proeminência das pessoas envolvidas na notícia, os autores consideram que as ações das pessoas de elite são vistas como mais importantes do que as atividades dos outros membros da sociedade. Além disso, para Galtung e Ruge (1965: p.68) estas elites servem como objetos de identificação geral dos homens comuns, não só pela sua importância, mas porque o próprio sistema mediático está organizado de modo a dar-lhes tempo de antena, o que mais dificilmente acontece com as pessoas comuns.

Quanto à negatividade, os autores explicam este valor-notícia com base em vários fatores. Desde logo porque as notícias negativas satisfazem melhor o critério de frequência, ou

seja, os factos negativos apresentam mais facilidades para serem noticiados e demoram menos tempo a acontecer. Os autores dão os exemplos do tempo que uma pessoa demora a morrer num acidente e do tempo que leva a socialização do ser humano e concretizam afirmando que um acontecimento negativo tem mais facilidade de se desenrolar em duas ou mais edições do jornal. Em segundo lugar as notícias negativas são mais consensuais e livres de ambiguidade, uma vez que possibilitam um consenso em torno da sua interpretação como negativas. Em terceiro lugar encontramos a consonância deste tipo de notícias com aquilo que os autores apelidam de pré-imagens dominantes do nosso tempo. Galtung e Ruge explicam esta ideia com base na necessidade latente, ou até manifesta, que parte da população tem de notícias negativas. Em quarto lugar os autores consideram que estas notícias são quase sempre as mais inesperadas, no sentido em que são mais raras e, por isso, menos previsíveis (Galtung e Ruge, 1965: pp.69-70).

Galtung e Ruge não se limitaram a elencar os valores-notícia, deixando claro que estes critérios se combinam e que a noticiabilidade do acontecimento é tanto maior, quanto mais valores-notícia este congregar. Neste sentido, os autores conjugam alguns critérios que se traduzem numa maior noticiabilidade e, uma dessas combinações, são precisamente as notícias negativas acerca das pessoas de elite.

Acerca dos valores-notícia, Nélson Traquina (2002) faz uma divisão entre os critérios de seleção (identificados no momento de decidir se um acontecimento é ou não transformado em notícia) e os critérios de construção (qualidades da notícia que surgem durante a sua construção e que podem ajudar a decidir o que realçar e o que omitir). Dentro dos valores-notícia de seleção, Traquina (2002: p.186) distingue os critérios substantivos e contextuais. Os primeiros dizem respeito "à avaliação direta do acontecimento em termos de importância ou interesse como notícia", enquanto os critérios de seleção contextuais "dizem respeito ao contexto de produção de notícia".

Dentro dos valores-notícia de seleção substantivos, o autor começa logo por destacar a morte como um "valor-notícia fundamental (…) e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas dos jornais ou nos ecrãs da televisão" (Traquina, 2002: p.187). Traquina diz que todas as pessoas um dia serão notícia face à iminência da sua morte, mas poderão sê-lo com destaque (no caso de figuras proeminentes ou de mortes em desastres) ou apenas nas páginas interiores do jornal (secção de necrologia). Assim, a notoriedade é outro dos critérios de noticiabilidade do

ponto de vista substantivo apontado por Traquina. O autor diz que "a celebridade ou a importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento tem valor como notícia" (Traquina, 2002: p.187).

Ao estudar as diferenças de expressão no que toca à noticiabilidade do crime nos jornais diários portugueses, Correio da Manhã e Diário de Notícias, Cristina Carmona Penedo (2003) concluiu que a maioria dos crimes são de âmbito nacional, veiculados sob a forma de notícia breve, tratando-se, sobretudo, de notícias de crimes contra as pessoas e contra a vida em sociedade. Da análise qualitativa levada a cabo pela autora ressalta o facto de os crimes mais noticiados pelo Correio da Manhã serem homicídios e ofensas corporais. É a presença da morte que assume elevado grau de noticiabilidade na imprensa, sobretudo na denominada imprensa popular, de que é exemplo, em Portugal, o Correio da Manhã.

No seu estudo sobre os assaltos e sua representatividade nos *media*, Hall *et al.* (1978: p.53) abordam os valores de noticiabilidade na seleção das informações que são transformadas em notícia. Numa perspetiva genérica, os autores dizem que tudo o que saia da normalidade é passível de ser noticiado. A singularidade do acontecimento seria, assim, o valor-notícia primário, numa lista onde constam ainda as pessoas e nações de elite, os eventos dramáticos, a personalização das histórias e os acontecimentos com consequências negativas. Para Hall *et al.*, desastres, dramas, as vidas dos ricos e poderosos, a par de temáticas perenes como o futebol, terão sempre espaço nos jornais e isto leva a que os jornalistas tenham tendência a salientar aquilo que é extraordinário, dramático e trágico, de modo a conferir ainda maior noticiabilidade ao acontecimento. Outra consequência é que os eventos que contenham um ou mais destes valores, terão mais potencial noticioso do que aqueles que não se enquadrem em nenhum. Hall *et al.* (1978: p.54) exemplificam com o assassinato de John Kennedy, algo inesperado e dramático, resultando numa tragédia humana que envolveu pessoas da elite de uma nação poderosa.

Brucker (*cit. in* Wolf, 2009: p.207) defende que "um dos princípios fundamentais do jornalismo é que, quanto maior, mais insólito ou mais sangrento é o espectáculo, maior é o valor-notícia".

2.3.4 O fenómeno de tabloidização

Conboy (2011: p.123) explora a perspetiva dos tablóides britânicos e lembra que a ligação entre escândalo e política remonta ao final do século XVIII, considerando que o escândalo

do jornal News of The World[33] só levou ao encerramento da publicação porque o alvo não foram as figuras públicas, como até então, mas a família de uma menina assassinada, ou seja, pessoas que suscitam a compaixão da sociedade. Para o autor (Conboy, 2011: p.144), a cultura tablóide em Inglaterra deriva sobretudo das telenovelas ou da música popular (ao contrário da americana que se alimenta do cinema) e esta imprensa deriva das traduções populares de entretenimento e consumo. As notícias sobre as celebridades nos tablóides têm como objetivo o lucro, diversão e influência política e são legitimadas pelo público britânico que as consome.

David Rowe (2010) analisou aquilo que os académicos intitulam de tabloidização e olhou o fenómeno do ponto de vista das notícias, notando que poucos termos no campo dos estudos jornalísticos têm uma conotação tão negativa como tablóide, sendo hoje a "tabloidização" sinónimo do declínio dos meios informativos contemporâneos. O processo de tabloidização é apontado como o responsável pelo sacrifício da informação face à primazia do entretenimento. Na prática é uma categoria que assenta na trivialização do conteúdo dos meios de comunicação social em geral, mas enquanto termo que descreve os formatos de *media* e seu conteúdo, Turner (2004: p.76) considera-o impreciso e lato para ser utilizado como conceito analítico. O autor reconhece, no entanto, que é um termo convencionado para traduzir algumas das mudanças no conteúdo, consumo e produção dos *media*, nomeadamente face à comercialização patente na vida moderna e ao declínio dos valores tradicionais.

Também Rowe nota que atualmente o mercado dos *media* está assente em estratégias comerciais, o que gera a ansiedade de ver os valores do mercado superar o interesse público, bem como o trivial suplantar a seriedade das notícias. O principal receio face ao jornalismo atual é que estes conflitos resultem numa degradação da esfera pública e numa corrosão da democracia dos cidadãos bem informados, vigilantes e exigentes. Mas a "tabloidização" da esfera pública também pode ser vista como uma oportunidade de democratizar o acesso aos *media*, na medida em que passam a ser ouvidas novas vozes, indisciplinadas e muitas vezes marginalizadas (Lumby *cit. in* Turner, 2004: p.80).

[33] News of the World foi um jornal britânico em formato tablóide, publicado semanalmente aos domingos, que foi encerrado em 2011, suspeito de ter realizado mais de 4 mil escutas telefónicas ilegais desde os anos 2000. Uma das acusações que gerou maior revolta foram as supostas escutas ao telemóvel de um menina de 13 anos desaparecida, ato que terá interferido na investigação do crime.

Anteriormente, David Rowe já havia tratado o tema da tabloidização. O autor elencou dez caraterísticas gerais, a maioria das quais negativas, que, segundo grande parte dos autores que trataram o tema, define o que é um tablóide. Em primeiro lugar está o declínio das políticas ortodoxas, oficiais ou formais; segue-se a passagem, muitas vezes de cariz intrusivo, dos interesses privados que antes estavam separados, para o domínio público; em terceiro lugar Rowe identifica o sensacionalismo e espetacularização das notícias, acompanhando pelo aumento da efemeridade, quer das celebridades mediáticas, quer das histórias informativas; em quarto lugar encontra-se o declínio das fronteiras entre informação e entretenimento e entre informação e publicidade; seguindo-se a crescente obsessão e fetichização da celebridade e do estrelato; o autor identifica também a expansão descontrolada dos *media* e dos seus usos e produtos; em sétimo lugar está a preocupação com a informação facilmente acessível e digerível, a par com a personalização no modo como os *media* se dirigem às pessoas; o declínio da ética e da seriedade dos *media*, do papel da imprensa como quarto poder encontram-se em oitavo lugar; o penúltimo fator assenta na mudança rumo a um populismo de direita, autoritário e derivado dos proprietários, com o consequente fracasso da esquerda política em relacionar-se com as preocupações do povo; por último o autor enumera o aumento geral do clima de cultura e de sensibilidades individuais (Rowe, 2000: p.82).

Para os críticos, a questão da tabloidização vai além do fenómeno do info-entretenimento e assenta também em questões morais e políticas, na medida em que a mudança operada na indústria dos *media* pode afastar o público das questões mais sérias (Carey *cit. in* Turner 2004: p.77). Mas também esta crítica merece reparos da parte de autores como Connell (*cit. in* Turner, 2004: p.77), para quem existe uma conceção elitista da esfera pública por parte de quem considera que esta mudança no jornalismo contemporâneo afasta a atenção do público de questões políticas e sociais mais importantes. Para este autor, a imprensa tablóide está, sim, preocupada com as diferenças e tensões sociais e o foco na personalidade é uma forma de representar essas tensões. Turner concorda que muitos dos discursos contra a influência dos tablóides prendem-se com a hostilidade latente face à cultura popular e dá o exemplo dos *talk-shows* televisivos, que podem ser vistos como uma forma de esfera pública informativa, permitindo o acesso de todas as pessoas e dando espaço à opinião desses cidadãos (Turner, 2004: p.78).

O jornalismo que figura nos periódicos com formato tablóide (que originalmente não significa mais do que o tamanho das suas páginas) traduz-se numa primazia dos acontecimentos menores, que antes pertenciam às colunas de mexericos, tal como considera Bennet (*cit. in* Rowe, 2010: p.351). O fenómeno de tabloidização dos *media* assenta, pois, no aumento do grau de sensacionalismo dos meios de comunicação social, na abreviação das notícias, na proliferação dos mexericos sobre celebridades e num predomínio do visual.

Segundo Rowe (2010: p.351) as teorias sobre a tabloidização têm duas correntes principais. A primeira defende que os meios de comunicação social se dividem hoje em tablóides e *media* de qualidade e a segunda postula que o fenómeno da prevalência da trivialização da informação se manifesta em toda a sociedade, nomeadamente nos meios de comunicação social. Apesar de não existir consenso em torno de uma definição que limite o significado de tabloidização, o autor (Rowe, 2010: p.353) elenca algumas caraterísticas do ponto de vista formal: 1) o decréscimo de texto nas páginas principais pode ser visto como sinal de substituição de temas mais complexos por histórias mais simples; 2) aumentado o tamanho das imagens, nomeadamente das fotografias que causam mais impacto, bem como de tabelas e de cartoons, como expressão da substituição da profundidade do texto pelo apelo da imagem; 3) um cabeçalho maior, mais espaço para as não-notícias no índice e mais espaços em branco (que dão um aspeto mais limpo e reduzem a quantidade de texto); 4) manchetes maiores, como sinais de sensacionalismo e como forma de aumentar a chamada de atenção à custa do jornalismo sério; 5) aumento do espaço dedicado aos anúncios como sinal do triunfo dos valores comerciais sobre os valores jornalísticos.

Para Rowe (2010: p.359) a tabloidização relaciona-se com as pressões que vêm cercando os jornais, nomeadamente as mudanças tecnológicas que fizeram da imagem uma categoria de conteúdo mais importante; a competição em termos de instantaneidade, sobretudo com a televisão e com a internet, que leva os jornais a quererem ser visualmente mais apelativos; e a pressão das audiências e consequente ajuste dos conteúdos aos interesses do público.

Colin Sparks (2000: p.3) diferencia a visão crítica da visão mais positiva do fenómeno da tabloidização, salientando as perspetivas mais negativas consideram que os *media* mais sérios estão a assumir os valores noticiosos dos tablóides, mudança que os críticos

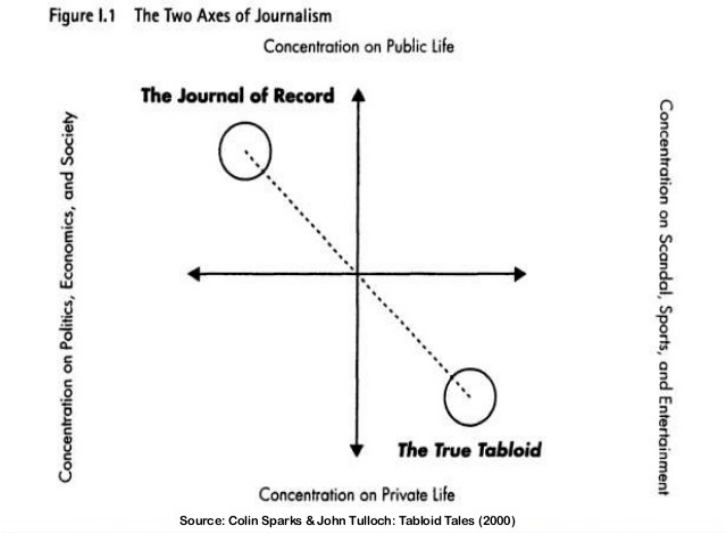
atribuem à concorrência exacerbada pelo aparecimento das novas tecnologias e à prioridade dada aos lucros pelas empresas de *media*, que terá resultado num jornalismo orientado para o mercado. Apesar de se referir aos *media* norte-americanos, Sparks (2000: p.5) considera que muitas destas questões podem ser encontradas no panorama mediático europeu e que esta mudança significa, em termos práticos, que a denominada imprensa de qualidade aproximou-se da agenda dos tablóides, aumentando os conteúdos visuais, diminuindo o tamanho dos seus artigos e passando a cobrir um maior número de "notícias leves".

Já a corrente que não encara esta tabloidização como negativa, defende que o declínio do mercado dos meios de comunicação social levou à necessidade de encontrar soluções para o reverter. Em países como a Inglaterra, o tablóide é visto como a única forma de salvar as notícias da irrelevância a que estariam votadas, por parte da audiência. De acordo com esta perspetiva, não é certo que a imprensa tablóide esteja menos preocupada com o rigor daquilo que reporta do que os jornais sérios (Sparks, 2000: p.9).

Centrando a sua análise na definição de tablóide, Sparks (2000: p.10) começa por dizer que estes jornais prestam menos atenção à política, economia e sociedade e centram-se mais no desporto, escândalo e entretenimento. Além disso, o tablóide dá mais atenção às vidas pessoais e privadas das pessoas, quer celebridades quer anónimos, e menos atenção aos processos políticos, desenvolvimentos económicos e mudanças sociais.

O autor vai, então, esquematizar os dois eixos em torno dos quais os *media* se organizam (Ilustração 1), distinguindo a concentração na vida privada e, do lado oposto, a concentração na vida pública. No outro eixo encontramos a concentração na política, economia e sociedade *versus* a concentração no escândalo, desporto e entretenimento (Sparks, 2000: p.12). O jornalismo mais sério situar-se-ia no entre o eixo da via pública e da política, economia e sociedade, enquanto o jornalismo tablóide ocuparia um espaço entre os eixos da vida privada e do escândalo, desporto e entretenimento. Claro que, como lembra o autor, este esquema não tem em conta o predomínio do visual, nem o aumento do espaço gráfico das manchetes ou as mudanças no layout dos jornais. Apesar desta dificuldade, Sparks defende que as dimensões do "sério/leve" e do "público/privado" são independentes dos meios técnicos utilizados.

Ilustração 1 – Os dois ramos do jornalismo segundo Colin Sparks



Fonte: Sparks (2000: p.12)

Partindo deste esquema, Colin Sparks (2000: pp.13-15) distingue então cinco tipos de jornais, cada um dos quais posicionado num determinado espaço face aos dois eixos do jornalismo. Aquilo que o autor denomina como "imprensa séria" posicionar-se-ia no canto superior esquerdo do esquema e concentrar-se-ia quase exclusivamente em assuntos políticos e económicos, bem como nas mudanças estruturais do mundo. Em segundo lugar encontramos a "imprensa semi-séria", composta por jornais com alta concentração nos conteúdos privilegiados pela imprensa séria, mas com um número cada vez maior de notícias leves e dando cada vez mais ênfase à apresentação visual. Segue-se a denominada "imprensa séria-popular", onde se posicionariam os jornais populares, que dão importância ao visual e contêm uma larga dose de escândalos, desporto e entretenimento, ainda que partilhando o mesmo inventário de valores-notícia dos jornais mais sérios. A "imprensa tablóide da banca de jornais", assim chamada por estar lado a lado com os jornais mais sérios na banca onde ambos se vendem, trabalha de acordo com uma agenda que privilegia o escândalo, o desporto e o entretenimento, sendo menor o número de valores partilhado entre estes jornais e os jornais mais sérios. A diferença entre a "imprensa séria-popular" e a "imprensa tablóide de banca" é que esta última muitas vezes dá espaço a questões políticas sérias, mas aborda-as de uma perspetiva mais popular. Por último encontramos a "imprensa tablóide de supermercado", numa alusão ao seu espaço de venda, e totalmente dominada pelo escândalo, desporto e entretenimento, partilhando muito esporadicamente a mesma agenda mediática da imprensa séria.

Sparks (2000: p.15) recorda que hoje não há nenhuns, ou muito poucos jornais, que possam ser definidos como imprensa séria, visto que mesmo os periódicos mais sérios também dão espaço ao desporto e entretenimento. Por outro lado, poucos são os jornais que se situam do lado oposto, visto que muitos cobrem temas da vida pública, ainda que numa perspetiva mais sensacionalista.

2.3.5 Mudanças rumo à espetacularização

Thomas Patterson (2003) considera que as mudanças verificadas nos conteúdos dos noticiários nos últimos anos estão marcadas pelo predomínio das notícias leves e de tom crítico. O investigador da Universidade de Harvard diz que "as empresas jornalísticas aligeiraram a cobertura jornalística dos acontecimentos, ao mesmo tempo que as notícias assumiram um tom cada vez mais crítico" (Patterson, 2003: p.19) e lembra que o consumo de informação (em jornais, revistas e televisão) caiu drasticamente desde os anos 90, sobretudo face ao aparecimento da internet. Ainda assim, o autor diz que esta quebra de consumo não é imune à preponderância de notícias *leves* e do jornalismo crítico.

Para o autor, as notícias leves são as notícias "que não são sérias" e as notícias *sérias "*referem-se à cobertura de acontecimentos envolvendo líderes políticos, questões públicas substantivas, ou perturbações significativas na rotina da vida diária, como um sismo ou um desastre de aviação" (Patterson, 2003: p.22). As notícias leves são ainda caraterizadas como sensacionalistas e mais centradas numa personalidade.

O investigador elenca alguns dos prejuízos desta informação menos séria. Desde logo porque as "notícias que salientam incidentes e assuntos que têm pouco a ver com questões públicas e que são selecionadas pela sua capacidade de chocar, ou de entreter, podem distorcer a percepção que as pessoas têm da realidade" (*idem*). De seguida, porque este tipo de notícias diminui "a qualidade da informação e do discurso público".

Como justificação para este predomínio das notícias leves o autor aponta a necessidade de corresponder aos interesses das audiências. A pressão do mercado é um fenómeno transversal à crítica de vários autores, para quem a espetacularização da informação se vem intensificando, à medida que aumenta a guerra das audiências, sobretudo no que diz respeito ao meio televisivo. No fundo, esta ideia corresponde à metáfora dos óculos especiais utilizados pelos jornalistas que, segundo Pierre Bourdieu (1997: p.25), lhes permitem ver certas coisas e não outras e vê-las de uma determinada maneira. "Eles

operam uma seleção e uma construção do que é selecionado", considera o sociólogo, para quem essa seleção é feita em busca do sensacional e do espetacular, sobretudo no caso da televisão que, só por si, convida àquilo que ele chama de dramatização no duplo sentido, na medida em que exibe as imagens de um acontecimento já dramático "e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o carácter dramático, trágico" (Bourdieu, 1997: p.25).

Ramonet (1999: p.11), a propósito da morte de Diana Spencer e do frenesim mediático que se gerou nas semanas e meses seguintes, recorda que todos os meios de comunicação social criticaram o facto de a princesa ter morrido num acidente de automóvel, enquanto era perseguida por *paparazzi*. O autor sublinha que todos os *media* que criticaram a ação dos *paparazzi* haviam, anteriormente, publicado fotografias de Diana, e de outras celebridades, registadas por esses mesmos fotógrafos. É o fenómeno das audiências:

> "quando a Paris-Match faz a capa com a visita de François Mitterrand a Sarajevo, vende muito menos do que quando põe como título a morte de um animador televisivo, Patrick Leroy: 1,8 milhões de exemplares! As revistas interessam-se muito mais pelas princesas do que pela Tchetchénia" (Leroy *cit.in* Ramonet, 1999: p.11).

João Carlos Correia (2003) aborda esta questão retomando a perspetiva da Teoria Crítica que emergiu da Escola de Frankfurt. Assumindo embora que parte das suas premissas são objeto de crítica, o autor retoma alguns conceitos de Adorno e Horkheimer a propósito da definição da indústria cultural, para sublinhar o efeito da espetacularização das mensagens que marca hoje o panorama mediático. Encarando a comunicação de massa como uma forma de cultura que permite a reprodução de conteúdos em larga escala, e lembrando que a produção de conteúdos mediáticos massificados só foi possível graças à industrialização, Correia (2003: p.58) diz que, em pleno século XIX, "as mensagens passam a veicular informações coloridas e agradáveis para as audiências maioritariamente constituídas pelas novas classes urbanas". O autor considera, por isso, que nesta altura se reuniram "as condições sociais e culturais que tornaram o crime, o baile de sociedade, os *fait divers*, o desporto ou o combate de rua como noticiáveis".

Também Ramonet se refere à imprensa popular do século XIX, que de um importante um espaço informativo aos *fait divers*. "Estes asseguraram o êxito dos primeiros diários de grande tiragem tanto nos Estados Unidos como na Europa" e têm eco naquilo a que, no final dos anos 90 do século XX se chamou de "imprensa people" (Ramonet, 1999: p.12). Neste tipo de imprensa, os *faits divers* não valem apenas pela sua banalidade: precisam de

estar ligados a uma figura pública, a uma celebridade, a uma das figuras que, alvo de uma grande atenção mediática, gozam de um vedetismo ímpar. Marc Lits (2009) considera que este tipo de imprensa, expandido pelo uso da fotografia, criou uma série de efeitos em cadeia, nomeadamente: a ênfase atribuída às personagens mediáticas, reais, mas construídas através de estereótipos narrativos; a primazia dada à emoção e ao sentimento em detrimento da racionalidade; a receção com base na projeção e na identificação em vez do distanciamento crítico. Tudo isto tornou o leitor mais próximo deste universo que tende para a ficção, considera o autor que estabelece um paralelismo entre este tipo de imprensa e o papel desempenhado pelos contos de fadas.

Mais tarde, o aparecimento dos novos *media* seria o gerador de novas realidades, como o predomínio do entretenimento ou o privilégio do espetáculo do quotidiano no alinhamento informativo. Segundo João Carlos Correia (2003: p.59), o crescente peso da publicidade nos meios audiovisuais trouxe consigo a pressão das audiências e, consequentemente, a aposta em formatos de entretenimento, um menor investimento em informação que exija mais tempo para ser apreendida, uma diluição da fronteira entre informação e espetáculo, bem como a proliferação de histórias sobre "gente vulgar". O autor (2003: p.60) fala, por isso, na "transformação da realidade em espectáculo" e "na transformação do indivíduo em protagonista da sua história pessoal".

> "As novas narrativas mediáticas põem os problemas do indivíduo no centro do seu discurso. A informação privilegia a história de vida de uma mulher que procura o filho, os relatos sobre mulheres e crianças maltratadas, os dramas de filhos de pais deficientes, as polémicas sobre a genética e a clonagem, às notícias sobre o défice do orçamento e os mistérios da economia. O entretenimento privilegia o encontro entre familiares desavindos, os namoros que se recompõem, as operações de mudança de sexo, os problemas de obesidade, o erotismo-soft, as histórias de sucesso e o casamento dos concorrentes dos *reality-shows*. Estimula-se a fama individual, o golpe de sucesso mediático, o meio ano de fama e os heróis fugazes (Correia, 2003: pp.61-62).

Também Mário Mesquita (2002: p.116) partilha desta visão, lembrando que desde o aparecimento do telégrafo à entrada em campo da internet, e passando pelo surgimento dos meios de difusão (rádio e televisão), o mundo mediático foi evoluindo para uma cada vez maior espectacularização e gratuitidade no acesso, pago indiretamente pela publicidade. O autor considera, por isso, que os *media* são hoje "um campo social autónomo" que sobrevivem no mercado alicerçados no espetáculo, entretenimento e diversão (Mesquita, 2002: p.117). Com efeito, os meios de comunicação social precisam de ser lidos, vistos e

ouvidos para serem rentáveis e a luta por essas audiências faz-se precisamente pela espetacularização, que já não diz apenas respeito ao entretenimento, mas também à informação.

Nuno Goulart Brandão (2002) investigou, durante seis meses, as aberturas dos telejornais dos principais canais nacionais (RTP, SIC e TVI), procurando perceber as opções temáticas de cada uma das estações. Partiu da premissa que encara a comunicação televisiva como "uma mistura de informação e ficção" que se traduz numa confusão da realidade com a ficção, "ao transformar a vida em espectáculo" (Brandão, 2002: p.7). Nesta afirmação está também subjacente a lógica de mercado que já foi aqui abordada.

Na sua análise, Brandão (2002: p.180) concluiu que, no caso televisivo, existe uma "espectacularidade da informação", que remete a informação-espetáculo para primeiro plano, fruto da concorrência e da necessidade de conquistar audiências. O autor considera que na tentativa de se aproximar do público, a informação televisiva privilegia os registos mais intimistas, afetivos, dramáticos e sensacionalistas, assentando nos acidentes e catástrofes, desporto e problemas sociais como principais categorias informáticas. Estas conclusões vão ao encontro do estudo levado a cabo por Patterson. O investigador norte-americano, no seu estudo sobre as mudanças no consumo de notícias, conclui que "incidentes dramáticos – crimes e desastres – preenchem, também, agora, uma grande parte das notícias", em comparação com o início dos anos 80" (Patterson, 2003: p.24).

A questão do espetáculo, diz Ramonet (1999: p.21), era dominante na imprensa demagógica, que apostava no sensacionalismo, enquanto nos chamados *media* de referência, havia um tratamento mais rigoroso e frio da informação. "Isso foi-se modificando, aos poucos, sob influência dos meios de informação dominantes, ou seja, a televisão" (*idem*). Para o autor, a televisão impôs-se a nível da espetacularização da informação, mas também devido à sua rapidez no acompanhamento da atualidade e isso fez com que os acontecimentos que produzam imagens mais impactantes sejam vistos e tratados como os mais importantes. Para Ramonet (1999: p.27), violência, guerras, catástrofes e sofrimento sobrepõem-se a outros acontecimentos na hierarquia informativa, mesmo que a sua importância seja secundária. "O choque emocional causado pelas imagens televisivas – sobretudo as de dor, de sofrimento e de morte - não tem comparação possível com o que os outros *media* podem provocar", diz o sociólogo (Ramonet, 1999:

p.28). O autor defende, por isso, que a imprensa escrita foi forçada a acompanhar esta tendência, utilizando um registo mais afetivo e apelando às emoções do leitor.

Importa aqui convocar outros contributos para a discussão do espetáculo e da espetacularização dos conteúdos nos meios de comunicação social. Guy Debord (2002: p.6) entende o espetáculo como o modelo dominante da vida nas suas várias manifestações exteriores – informação, propaganda, publicidade e entretenimento. Para o autor, espetáculo não é só o mero "engano visual" produzido pelos meios de comunicação de massa, ainda que esta seja a sua manifestação mais superficial. Ainda assim, e focando-se nesta perspetiva dos *mass media*, Debord (2002: p.55) considera que o espetáculo parece estar a invadir a sociedade com um grande aparato tecnológico, mas este aparato não é neutro nem desinteressado e tem vindo a ser desenvolvido promovendo uma instrumentalização da sociedade. Para o autor, o contacto entre as pessoas tornou-se dependente destes meios de comunicação instantânea e unilateral[34]. A isto acresce o facto de os meios de comunicação social estarem concentrados nas mãos dos grandes grupos económicos, o que lhes permite continuar a levar a cabo esta forma de administrar os *media*.

Dominique Wolton é outro dos críticos desta espetacularização da informação. Para o autor, a dramatização da informação tem vindo a aumentar fruto das facilidades técnicas e da pressão da concorrência. "A maior parte das informações é apresentada de um modo dramático, arquejante e grave (por exemplo, a crise das vacas loucas)", diz Wolton (1999: p.221), alertando para o risco de uma "overdose informacional". O autor defende ainda que "a super mediatização de acontecimentos graves à escala mundial perturba as consciências", mas que isto não significa que os cidadãos mudem a sua maneira de ver. O que acontece, diz Wolton é que a relação do cidadão com a atualidade "é fortemente perturbada por esse lugar crescente do instantâneo e da emoção" (1999: p.53).

Por sua vez, Vargas Llosa (2013: p.32) convoca o conceito de civilização do espetáculo, que ele define como "um mundo onde o primeiro lugar da tabela de valores vigente é ocupada pelo entretenimento e onde divertir-se, fugir ao aborrecimento, é a paixão universal". O autor justifica a chegada a este estádio com o bem-estar que imperou um

[34] Debord refere-se aos meios de comunicação social tradicionais, como a imprensa, a rádio e a televisão e por isso menciona a unilateralidade, caraterística que se diluiu com a web 2.0 e com a massificação das redes sociais.

pouco por todos os países do Ocidente após a Segunda Guerra Mundial, a par com a democratização da cultura que trivializou e vulgarizou os produtos culturais, ao mesmo tempo que os massificou. Outra caraterística desta civilização do espetáculo é o laicismo, também patente na proliferação de seitas e espiritualismos vários, e ainda o desvanecer da importância da figura do intelectual, ligado ao "empobrecimento das ideias como força motora da vida cultural" (Vargas Llosa, 2013: p.43) patente na generalização da imagem. Para o autor a banalização da política marca também esta sociedade do espetáculo, assim como a liberalização de antigos preconceitos e tabus face ao sexo.

Quanto ao jornalismo e à sua relação com esta sociedade do espetáculo, Vargas Llosa (2013: p.50) considera que se foi desvanecendo a fronteira que separava o jornalismo sério do escandaloso e sensacionalista, face à importância cada vez maior do valor do entretenimento que levou a que o jornalismo hoje procure, sobretudo, "entreter e divertir informando" (*idem*). Sinal disto é o facto de as revistas cor-de-rosa liderarem audiências e tiragens.

Vargas Llosa (2013: p.51) afirma que a informação como instrumento de diversão abriu caminho à primazia do escândalo, da inconfidência, do mexerico, da violação da privacidade e até do libelo, da calúnia e das informações falsas, sobretudo em tratando-se de matérias que digam respeito a figuras públicas. Para o autor o predomínio do sensacionalismo, do escândalo e até da catástrofe encontra paralelo com o interesse dos leitores e, ainda que alguns órgãos de comunicação social procurem fugir dessa "receita", certo é que "o jornal ou programa que não comungue do altar do espetáculo corre hoje o risco de o perder [ao público] e dirigir-se apenas a fantasmas" (Vargas Llosa, 2013: p.54).

Em "*A Era da Hipérbole*", Mário Mesquita (2003: p.53) debruça-se especificamente sobre a espetacularização da informação como uma forma de inflação do acontecimento e de valorização dos temas passíveis de gerar maior dramatismo. No que toca ao caso português, Mesquita situa esta mudança rumo ao exagero no final do século XX e exemplifica com os casos da queda da ponte de Entre-os-Rios, com o caso Subtil, o encerramento da Expo 98 e o funeral e transladação do corpo de Amália Rodrigues.

Neste âmbito, o autor (Mesquita, 2003: p.53) considera que a queda da ponte de Entre-os-Rios se traduziu numa sucessão de reportagens, que procuraram esticar uma tragédia, tendo como cerne informativo a recuperação dos corpos das pessoas que haviam perdido a vida.

Mesquita lembra ainda o caso de Timor e a falta de rigor informativo que grassou na comunicação social portuguesa nessa altura. Em comum os dois casos têm a questão da amplificação do acontecimento e da intervenção, cada vez maior, do jornalista nesse mesmo acontecimento. É a notícia-espetáculo, como diz Mário Mesquita em "*Os Deveres dos Jornalistas na Era da Notícia-Espectáculo*" (2003: p.229), notando que houve uma alteração no conceito da notícia, fruto da proliferação dos *media*, do predomínio da imagem sobre a escrita e da influência da televisão. Para o autor "o valor da notícia enquanto informação cede perante o valor da notícia enquanto entretenimento" (Mesquita, 2003: p.231).

2.3.5.1 Espetacularização mediática da morte

É no contexto da espetacularização, da dramatização e do exagero do acontecimento que se insere o tratamento mediático das mortes de figuras públicas. No seu estudo sobre a morte de Ayrton Senna, Sandra Gonçalves considera que a sociedade de consumo e de espetáculo mostra a sua face mais perversa perante o desaparecimento de um dos seus maiores ídolos. Para a autora, a morte repentina do piloto de Fórmula 1 consagrou-o como herói e os *media* transformaram a sua morte num espetáculo, no qual participaram os espetadores, em casa e na rua. Gonçalves (2011: p.119) fala, por isso, numa "morte estetizada, mil vezes repetida, esvaziando o conteúdo emocional da imagem, banalizando a emoção, exposta na tela como mercadoria".

Para a autora, houve um aproveitamento do ponto de vista da rentabilidade, face à morte de Ayrton Senna, feito pelas indústrias automobilísticas, mas também pelos meios de comunicação social, que integram a morte no circuito das mercadorias da indústria cultural. Gonçalves (2011: p.121) fala na cobertura maciça da morte do piloto de Fórmula 1, com a Rede Globo, o maior canal de televisão brasileiro, a dedicar-lhe uma cobertura de 48 horas contínuas, desde que o corpo chegou ao Brasil, até ao seu enterro. "A morte de Senna foi um evento que se foi impondo de baixo para cima, na medida em que se conferiam os índices de audiência" (Gonçalves, 2011: p.121).

Morin (1964) fala numa tele-participação e tele-assistência da morte de John Kennedy, desde o momento em que ele leva o tiro, até ao seu funeral, passando pela recolha das reações de líderes políticos à morte do então Presidente norte-americano. Para o autor, mais do que um espetáculo, tratou-se de uma morte com implicações no mundo da política, mas o verdadeiro "golpe no coração" acontece por se tratar da morte de um ente querido,

defende Morin (1964: p.77). O autor justifica isto com o facto de Kennedy ter tido a maior presença televisiva do mundo ocidental, não só porque era Presidente dos Estados Unidos da América, mas sobretudo porque foi "vedetizado", ou seja, foi transformado numa vedeta televisiva. Segundo Morin, o Presidente dos Estados Unidos da América era, ao mesmo tempo, herói de uma aventura política e protagonista de uma vida familiar e doméstica feliz e realizada, havendo algo de mitológico na imagem de felicidade de Kennedy, mas, sobretudo, algo de humanizador (Morin, 1964: p.78). O sociólogo diz que a morte colocou Kennedy no auge do seu papel de herói, na medida em que aquele momento foi vivido com angústia e abalou a ordem mundial. Neste caso, o funeral não foi o momento de reposição da ordem, na medida em que o mistério em torno das motivações do homem que assassinou John Kennedy povoava a cabeça das pessoas, naquela que Morin (1964: p.81) considera a primeira teletragédia planetária da história do Homem.

A espetacularização da morte é um fenómeno da contemporaneidade, apesar de o agravamento das pressões comerciais nos meios de comunicação social ter vindo a ditar um maior enfoque sobre estes temas. Susan Sontag (*cit. in* Oliveira, 2005: p.1953) considera que "captar uma morte que está a ocorrer e embalsamá-la para todo o sempre é algo que apenas uma câmara pode fazer", expressão que encontra eco no tratamento extensivo do desaparecimento das celebridades, sobretudo no contexto de acontecimentos traumáticos, como refere Madalena Oliveira (2005: p.1953). A espectacularização da morte está, pois, patente na perseguição que os *media* fazem da morte, envolvendo-a "numa lógica que subverte as convencionais noções de espaço e de tempo", pois assenta na antecipação e no direto. Segundo a autora, a morte do Papa João Paulo II demonstra isto mesmo, na medida em que os meios de comunicação social fizeram uma cobertura extensiva e quase em direto dos dias que anteciparam a sua morte, conferindo ao acontecimento um tom de obituário, mesmo antes do tempo, ou seja, antes de ser declarado o falecimento:

> "Numa semana, os *media* de todo o mundo cercaram a Praça de S. Pedro, fixando as câmaras, e portanto os nossos olhares, na janela dos aposentos papais. A morte era aguardada ironicamente como se aguarda uma notícia sem novidade. Ao contrário das mortes da Lady Di, de Ayrton Sena ou de Miklas Fehér, súbitas, inesperadas, surpreendentes, a morte de João Paulo II foi ocorrendo nos próprios *media*" (Oliveira, 2005: p.1959)

Mas a espetacularização também pode ser detetada nos dias que se seguiram à morte do Papa. "Segundo o Global Language Monitor, nas 72 horas após o anúncio da morte do

Papa, foram publicadas cerca de 100 mil reportagens em todo o mundo e o nome de João Paulo II foi citado 12 milhões de vezes na rede mundial de informação", afirma Madalena Oliveira (2005: p.1957). Referindo-se sobretudo à antecipação da morte de João Paulo II, a autora chama-lhe "jornalismo de luto" (Oliveira, 2005: p.1969) e considera que o luto é construído pelos meios de comunicação social e vivido de forma ficcional, fruto da emoção veiculada por intermédio do aparelho mediático.

Outros casos como a queda da ponte de Entre-os-Rios, o 11 de Setembro, os atentados terroristas em Madrid, em 2004, ou, mais recentemente, os atentados no jornal Charlie Hebdo ou na discoteca Bataclan acentuam o mesmo caráter de exploração mediática da morte. "De longe, sempre de longe, os jornalistas foram os nossos olhos diante da morte. Contaram as vítimas e contaram-nos o horror da morte", defende Madalena Oliveira (2005: p.1956), para quem a espectacularização da morte assenta em descrições exaustivas dessa mesma morte, como fruto de determinados acontecimentos trágicos, não resulta apenas da necessidade de informar. A autora (Oliveira, 2005: p.1957), justifica este comportamento dos *media* com a necessidade que estes têm de fazer sentir e termina comparando o prolongamento do nosso sofrimento através dos meios de comunicação de massas às extensões dos sentidos teorizadas por Marshall McLuhan.

O espetáculo das emoções é alvo da reflexão de Moisés de Lemos Martins, para quem, "a emoção, até há pouco erradicada do discurso jornalístico pelo desejo de objectividade, regressa agora em frenesim, numa intimação da sensibilidade exacerbada, e regressa não apenas na imprensa tablóide, como também na imprensa dita de referência" (2001: p.106). O autor considera que vigora hoje um "discurso sensível, comovido e efervescente, um discurso exacerbado emocionalmente" e que podem ser identificados três níveis através dos quais a narrativa jornalística euforiza a experiência humana.

> "Por um lado, a exacerbação dos próprios actores da notícia; por outro lado, declina uma agitação efervescente dos jornalistas, justificada pela impossibilidade de resistirem ao apelo sensível da condição humana; finalmente, intensifica a emoção no público, leitor, ouvinte ou telespectador" (Martins, 2011: p.107).

É o mesmo sentir de que nos fala Madalena Oliveira e traduz-se numa "narrativa híbrida", onde dominam a sensação, a emoção e a paixão. Para Martins, a narrativa da morte é "barroca" e "grotesca", na medida em que assenta numa encenação e na repetição das mesmas imagens (2011: p.107).

2.3.6 A pressão das audiências

Embora particularizando no caso da televisão, Bourdieu (1997: p.25), ao falar da espetacularização e mercantilização televisiva, diz-nos que "a televisão convida à dramatização, no duplo sentido: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera-lhe a importância, a gravidade, e o carácter dramático, trágico". As palavras do sociólogo francês continuam atuais, à medida que se vão acentuando as pressões comerciais sobre os *media*. A questão das audiências é, aliás, uma das razões pelas quais os meios de comunicação social pendem para o espetáculo, seja na vertente informativa, seja no que diz respeito ao entretenimento. Fernando Correia considera mesmo que as distorções no tratamento da informação se prendem com a questão da luta pelas audiências, tendo em vista a conquista de anunciantes. Segundo o autor, "a concepção da informação como uma mercadoria que é preciso vender depressa e bem, leva ao predomínio, não só do sensacional mas também do curto, rápido e simples, do superficial e facilmente digerível, reflectindo a tendência de supremacia dos valores comerciais sobre os valores jornalísticos" (2006: p.114). Pierre Bourdieu (1994: p.5), aliás, considera que a hierarquização da informação segundo o critério externo do êxito das vendas é o inverso da hierarquização com base no critério interno da seriedade jornalística. A este respeito, diz-nos também Mário Mesquita:

> A empresa jornalística é o lugar onde se articulam estratégias de mercado e orientações editoriais. As lógicas da rentabilidade e do lucro manifestam-se neste sector, à semelhança do que acontece noutras áreas de actividade, mas, por vezes, combinam-se com motivações estratégicas que se prendem com a especificidade do produto jornalístico e informativo (Mesquita, 2003: p.247)

José Rebelo (2009) analisa sumariamente a equação que se desenha entre o jornalista e o mercado. O jornal é um produto que é necessário vender, sendo o objetivo da empresa jornalística, em primeira análise, o lucro. Se os rendimentos de uma empresa jornalística estão ligados às receitas de venda e à publicidade (esta dependente das audiências), os *media* vendem o acesso a uma informação e os leitores compram a possibilidade de aceder a essa informação (Rebelo, 2009: p.33).

Invocando a questão deontológica, o autor questiona: "O dever de informar e, de uma forma genérica, os princípios deontológicos da profissão de jornalista adaptar-se-ão a esta necessidade de vender um produto?". Rebelo acentua esta contradição entre informar e vender e diz que muitas vezes existe "um jogo de influências, uma relação de forças

internas, ou, ainda, uma confrontação entre princípio do prazer e princípio da realidade", de onde resulta um compromisso.

Ainda assim, e visto que a relação entre os *media* e os mercados está expressa no fator audiências, Rebelo (2009: p.34) não esquece que perante o conceito de marketing, o jornalista acaba por ser mais executor de conteúdos previamente definidos, do que o principal ator na definição dos conteúdos do jornal. Desta questão resulta, pois, um problema de fundo que não podemos deixar de equacionar, apesar de ele ultrapassar o âmbito da nossa tese: ao ceder o espaço ao marketing e às audiências, não estará o jornalista a comprometer a sua autonomia profissional?

3 O estudo

Tal como afirma Ferin (2012: p.9), "para proceder à análise dos *media*, é necessário não só observar as mensagens/conteúdos veiculados pelos meios, como ter presente os contextos das empresas dos *media*, interpretando-os em função dos cenários de receção e as formas como os públicos negoceiam os sentidos". A autora refere ainda que é preciso recolher dados e evidências, com base numa observação sistematizada dos *media*, e que isso irá fundamentar a análise dos mesmos. Falamos, pois, de uma pesquisa empírica, no sentido em que as perguntas que queremos ver respondidas encontram respostas na observação do mundo. No entanto, e como afirma Ferin (*idem*), esta pesquisa empírica não pode dispensar um enquadramento teórico e metodológico prévio.

A nossa pesquisa empírica tomou por referência as etapas da investigação definidas por Quivy e Van Campenhoudt (1992). Começaremos, então, pela pergunta de partida, fio condutor de toda a pesquisa que, segundo os autores, deve ser clara, exequível, pertinente, ou seja, ser precisa, realista e ter uma intenção compreensiva e explicativa do fenómeno a estudar.

É objetivo desta investigação perceber como se trilhou o caminho nas últimas quatro décadas no jornalismo impresso português, no que diz respeito ao tratamento da morte de figuras públicas. Para isso propomos uma análise de três jornais diários de referência: o Diário de Notícias, o Jornal de Notícias e o Correio da Manhã. Esta investigação parte, assim, de uma pergunta: como evoluiu o tratamento mediático da morte de figuras públicas, na imprensa escrita portuguesa, nos últimos 40 anos? Do caminho que se abre perante esta questão surgem várias hipóteses que enunciaremos mais à frente.

A exploração é a segunda etapa de investigação, de acordo com o modelo de Quivy e Van Campenhoudt (1992). Consiste em "saber como proceder para conseguir uma certa qualidade de informação; como explorar o terreno para conceber uma problemática de investigação" (Quivy e Van Campenhoudt, 1992: p.47). Trata-se, neste caso, de efetuar as leituras e a integração dos contributos dos autores que já abordaram o mesmo fenómeno ou os fenómenos a ele paralelos. Foi a esse objetivo que nos dedicámos na primeira parte desta investigação, aquando do tratamento da morte a partir das perspetivas antropológica, cultural, sociológica e filosófica, e do estudo do conceito de celebridade, estrela, vedeta, herói, mito e famoso. Foi com esse objetivo que tentámos analisar os enquadramentos

mediáticos da cobertura jornalística procurando, deste modo, estabelecer um primeiro enquadramento das interseções entre morte e figuras públicas no âmbito dos meios de comunicação social.

Ao cruzarmos olhares e teorias de diferentes autores sobre a cultura do espetáculo, hoje predominante nos meios de comunicação social de massas, a par da importância que as celebridades assumem no entretenimento, compreendemos que o papel que estas personalidades ocupam do ponto de vista da noticiabilidade dos acontecimentos é central e ajuda a definir o grau de atenção que os *media* atribuem às notícias. Cruzando estas questões com o peso da morte nas sociedades contemporâneas, fomos percebendo que, quando a notoriedade e a morte se unem, o peso do valor-notícia pode ser esmagador face a outros assuntos na ordem do dia. A própria questão da fama após a morte, que se traduz no seguimento das causas ou circunstâncias da morte de alguém nos dias, semanas ou meses que sucedem ao falecimento, reforçou a necessidade de compreender como se espelha, afinal, o acontecimento da morte de uma figura pública nos meios de comunicação social portugueses.

A problemática, terceira etapa da investigação, prende-se com a "abordagem ou perspectiva teórica que decidimos adoptar para tratar o problema posto pela pergunta de partida" (Quivy e Van Campenhoudt, 1992: p.91). Nesta pesquisa iremos escolher casos de figuras públicas desaparecidas, de reconhecida relevância nas suas áreas de intervenção social, mediados pelos 44 anos que vão, desde a morte de Salazar, em 1970, ao falecimento de Eusébio, em 2014. Optámos por este período de tempo, na medida em que ele abrange os últimos anos do Estado Novo, época em que ainda vigorava a censura, atravessa o período da institucionalização e normalização do regime democrático em Portugal, bem como a integração europeia e vai culminar nas transformações geradas pelas novas tecnologias da comunicação e da informação no jornalismo e na sociedade.

Iremos elencar estes casos cronologicamente e enquadrá-los em categorias, consoante o lugar que estas personalidades ocuparam na sociedade, nomeadamente nas categorias de política, arte (literatura, música e representação) e desporto.

O estudo integra várias personalidades que faleceram em idades diferentes e com distintos reconhecimentos públicos (algumas já consagradas, outras com um promissor futuro por cumprir). Falamos, pois, de personalidades diversas, com histórias diferentes, quer do

ponto de vista da idade com que morreram, quer ainda da proeminência e do reconhecimento público que detinham nas suas diferentes áreas de intervenção social. No entanto, optámos apenas por estudar casos de personalidades, que fossem reconhecidas em todo o país e não apenas numa região específica. Considerando os segmentos mais representativos da sociedade do espetáculo (política, arte e desporto), procurámos integrar um número equilibrado de figuras públicas em cada uma das categorias. De realçar, que nos pareceu pertinente fazer a distinção, dentro do campo da cultura, entre literatura, música e representação, três subcategorias com protagonistas diferenciados que ocuparam diferentes papéis, fruto, também, da arte que escolheram trabalhar em vida.

3.1 Os Jornais

No âmbito deste estudo optámos pelo Diário de Notícias, Jornal de Notícias e Correio da Manhã. Começámos por considerar os cinco jornais nacionais generalistas impressos de tiragem diária existentes em Portugal, mas não nos pareceu razoável incluir os cinco títulos na amostra, até porque o jornal i e o Público ainda não existiam aquando da morte de muitas das figuras escolhidas.

Assim, optámos por incluir o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias, cujo tempo de vida abrange o nosso período temporal, que vai de 1970 a 2014. Seguidamente decidimos integrar o Correio da Manhã, não só porque este é o terceiro diário generalista nacional mais antigo em Portugal, criado depois do 25 de Abril, como tem uma linha editorial distinta dos dois primeiros, que pertencem ao mesmo grupo empresarial desde os anos 90.

Sendo três jornais diários, inseridos em diferentes grupos de *media*, têm também abordagens diferentes. O Diário de Notícias, propriedade da Global Media Group, tem a sua sede em Lisboa e afirma-se como um jornal de referência, dando atenção a várias áreas da atualidade, nomeadamente política, economia e sociedade. Do mesmo grupo empresarial é o Jornal de Notícias, mas a sua sede fica na cidade de Porto e o título sempre assumiu a sua vocação de jornal do Norte do país. Já o Correio da Manhã, pertencente à Cofina, está também sediado em Lisboa e é líder de audiências em Portugal. Olhemos agora o percurso de cada um deles, apresentados por ordem cronológica da sua fundação.

3.1.1 Diário de Notícias

A 29 de dezembro de 1864 foi publicado o primeiro número do Diário de Notícias, fundado pelo jornalista e escritor Eduardo Coelho e pelo proprietário da Tipografia

Universal Tomás Quintino Antunes, o que faz dele o "primeiro jornal industrial português e o segundo mais antigo jornal nacional em publicação contínua" (Sousa, 2009: p.2). O jornal tinha o preço de capa de 10 réis, enquanto os periódicos da época custavam quatro a cinco vezes mais.

> "Era um jornal diferente dos restantes jornais portugueses de então, nos conteúdos (noticiosos), no estilo (claro, conciso, preciso e simples), na forma, nomeadamente no aspecto (paginação a quatro colunas e não a duas ou mesmo a uma, conforme era habitual), na dimensão (que já era de jornal, portanto sensivelmente semelhante aos actuais tablóides, e não mais de panfleto ou livro, como era norma na época) e ainda no preço (dez reis por exemplar, menor quando vendido por assinatura). A sua concepção era empresarial, buscando lucro nas vendas e na publicidade (logo no primeiro número, o jornal anunciava que se recebiam anúncios a vinte reis a linha)" (Sousa, 2009: pp.20-21).

No editorial que ocupa a primeira página do seu primeiro número, lemos a intenção do jornal em apresentar-se como independente e acessível a todos. Eduardo Coelho, que assinava o texto, afirmava que o Diário de Notícias pretendia veicular as notícias do dia, de Portugal e de outros países, sobre várias temáticas, "num estilo fácil, e com a maior concisão". O texto diz ainda que, "eliminando o artigo de fundo, não discute política, nem sustenta polémica", para logo de seguida acrescentar a intenção de verdade, deixando de lado a opinião. "É pois um jornal de todos e para todos – para pobres e ricos de ambos os sexos e de todas as condições, classes e partidos", escrevia Eduardo Coelho. O Diário de Notícias começou por ter uma tiragem de cinco mil exemplares e em 1885 já tirava 26 mil exemplares diários (Cunha, 1914: p.10).

Segundo Jorge Pedro Sousa (2009: p.28), o Diário de Notícias era independente e genericamente noticioso, mas pontualmente procurava "influenciar as políticas governamentais, arvorando-se em "voz dos governados", tal como aconteceu com a generalidade da imprensa do final de oitocentos e princípios de novecentos".

Uma das novidades introduzidas pelo Diário de Notícias em Portugal foi a implementação de um sistema organizado de recolha de informações para o noticiário, através de uma rede de informadores que se estendia a vários correspondentes espalhados pelo país.

O Diário de Notícias criou a profissão de ardina em Portugal, pois o jornal foi lançado nas ruas de Lisboa por jovens contratados para o efeito. Outra das inovações do periódico foi a

introdução das reportagens no jornalismo diário português, bem como o aparecimento de espaços virados para o leitor (Cunha, 1914: p.43)

O jornal procurou marcar a sua posição no mercado também pela aposta tecnológica, tendo adoptado a rotativa em 1900. Quatro anos mais tarde os proprietários investiram no linótipo. A Tipografia Universal, onde o jornal foi impresso durante décadas, foi a primeira que em Portugal adquiriu e adotou máquinas de compor (Cunha, 1914: p.102).

Eduardo Coelho foi diretor do Diário de Notícias até à sua morte, a 14 de maio de 1889, "dia em que também publicou o último artigo no diário que tinha fundado" (Sousa, 2009: p.20). Sucedeu-lhe Tomás Quintino Antunes, o outro fundador, que morreu em 1898. Dois anos depois assume o cargo de diretor o antigo secretário da empresa e genro de Eduardo Coelho, Alfredo Cunha, mas abandonaria o posto em 1919, vendendo a empresa detentora do título à Companhia Industrial de Portugal e Colónias, que a renomeou Empresa do Diário de Notícias. A aquisição do jornal por uma empresa que estava ligada aos militares que instaurariam a ditadura, em 1926, colocou o jornal na linha dos ideais políticos que puseram termo à Primeira República, da ditadura militar e, mais tarde, do Estado Novo. Augusto de Castro assumiu a direção do título, mas em 1924 foi nomeado embaixador em Londres, tendo-lhe sucedido Eduardo Schwalbach.

A Empresa do Diário de Notícias passa a chamar-se Empresa Nacional de Publicidade em 1928 e o seu controlo era agora partilhado com a Caixa Geral de Depósitos. "Tal penetração do capital público será determinante para a progressiva aproximação do jornal ao poder político da Ditadura" (Diário de Notícias, 2001: p.12). Entre 18 e 24 de dezembro de 1932 o jornal publicou uma série de sete entrevistas com Oliveira Salazar, que ajudaram a consolidar a imagem do então ministro das finanças junto do público. Sete anos depois Augusto de Castro regressa à direção do periódico, onde se manteve até 1971 (à exceção dos anos entre 1945-1947 em que assumiu a embaixada de Portugal em Paris).

No ano de 1940, o Presidente da República, Marechal Carmona, inaugurou o Edifício Diário de Notícias, na Avenida da Liberdade, onde o jornal se manteve até dezembro de 2016. Neste mesmo ano, o diretor, Augusto de Castro, foi o comissário-geral da Exposição do Mundo Português, que visou comemorar a data da fundação do Estado Português (1140) e da Restauração da Independência (1640), mas também celebrar o Estado Novo,

numa clara manobra de propaganda. Fernando Fragoso dirigiu a publicação entre 1971 e 1974.

O Diário de Notícias nasceu monárquico, mas independente (Santos, 2010: p.151), alinhando mais tarde com o Estado Novo, sendo mesmo designado como o jornal oficioso do regime. Depois do 25 de abril de 1974 a sua direção é assumida por José Ribeiro dos Santos, nome conotado com o Partido Socialista. Em março de 1975 dá-se a nacionalização da imprensa, fruto da nacionalização da banca e o jornal transita para o setor público, integrando a Empresa Pública Notícias Capital - EPNC. Luís de Barros e José Saramago assumem a direção do jornal, sendo que o nome do futuro Nobel da Literatura ficou ligado à suspensão de 24 jornalistas, por questões políticas. José Saramago explicou a Céu e Silva (2008: pp.54-55) que não teve responsabilidade nessa suspensão dos jornalistas e que, na realidade, esse grupo de trabalhadores manifestou ser contra a linha editorial do jornal e exigiu que essa discordância fosse publicada no Diário de Notícias. Com o diretor de férias, José Saramago era o responsável máximo e chamou a Comissão Geral dos Trabalhadores para que reunissem e votassem o documento. De acordo com o escritor, o que aconteceu foi que essa comissão decidiu suspender os 24 jornalistas a quem instaurou um processo disciplinar, um procedimento "que tinha a ver com a Administração, não com a Direção", recorda Saramago (Céu e Silva, 2008: p.55).

A 25 novembro 1975, com o fim do denominado Período Revolucionário em Curso (PREC), o Diário de Notícias foi suspenso durante um mês e a direção afastada. Vítor Cunha Rego foi nomeado diretor e Mário Mesquita assume o cargo de diretor-adjunto, chegando depois ao cargo de diretor, posição que manteve até 1986. É durante a direção de Mesquita, mais concretamente a 21 de maio de 1984, que o Diário de Notícias passa do formato *broadsheet* a *tablóide*, modificando também a ordem das suas secções.

A Mário Mesquita sucede Dinis Abreu, que foi destituído em dezembro de 1988 e reposto passado um mês. A 1 de outubro de 1988 o Governo alienou parte da Empresa Pública Notícias Capital – EPNC, vendendo o Diário de Notícias, juntamente com o jornal A Capital (que fazia parte do mesmo grupo) e o prédio do Bairro Alto onde nascera o Diário de Notícias. Surge assim a Empresa Diário de Notícias, SA, criada a 19 de setembro de 1990, mantendo o Estado a titularidade de todo o capital social. Mas o jornal preparava o caminho para a privatização, que acontece a 15 de maio de 1991, em sessão pública da Bolsa de Lisboa, data em que o Diário de Notícias passou a ser detido pelo grupo

Lusomundo (que comprou também o Jornal de Notícias), num negócio que rendeu ao Estado quase 42 milhões de euros (Santos, 2010: p.152). Nessa altura o jornal tirava cerca de 60 mil exemplares. Nesse mesmo ano o jornal é reformulado em termos gráficos e introduz cor num maior número de páginas.

Dinis Abreu manteve-se como diretor até 1992 e foi substituído por Mário Bettencourt Resendes no dia 30 de outubro, data a partir das quais os editoriais passam a ser assinados. Nesta altura o Diário de Notícias continua a estar identificado com o Estado, quer por ter sido o jornal oficioso do regime, quer por ter estado na posse do Estado até há relativamente poucos anos. O início dos anos 90 marcou a chegada de novos jornalistas à redação, mais mulheres e jornalistas com curso superior.

O surgimento da televisão comercial entre 1992 e 1994 levou o jornal a publicar "textos mais agressivos na linguagem" e "peças mais leves a competirem com o estilo televisivo da notícia breve" (Santos, 2010: p.153). Em dezembro de 1995 é lançada a edição online do jornal, que disponibilizava cerca de 70% das suas notícias. No primeiro mês teve 90 mil *page views*, numa evolução que veio a incluir várias remodelações. No ano de 1997, o Diário de Notícias foi pioneiro ao instituir o cargo de provedor do leitor, ocupado então por Mário Mesquita, a quem se seguiu Diogo Pires Aurélio e Estrela Serrano. Nos anos de 1997 e 1999 o Diário de Notícias foi distinguido na categoria de Breaking News pela Society for Newspaper Design com as reportagens da morte da Princesa Diana e de Amália. Em 1998 o Diário de Notícias foi o jornal oficial da Expo 98.

Bettencourt Resendes ocupou o cargo de diretor até ao ano de 2003 e sucedeu-lhe Fernando Lima, que se demitiu em outubro de 2004. Posteriormente, António José Teixeira assumiu a direção do periódico até 2007, época durante a qual as páginas do periódico se tornaram "um mosaico de informação por página" (Santos, 2010: p.153). Foi na vigência da direção de António José Teixeira que o jornal foi adquirido pela Controlinveste, empresa que ainda hoje detém o título, sob o nome de Global Media Group.

João Marcelino foi nomeado diretor em 2007, cargo que ocupou durante sete anos, marcados pela "acentuada tablodização" (*idem*), tendo sido substituído por André Macedo em 2014. Em abril de 2009 o Diário de Notícias lançou o seu novo *site*. Atualmente o cargo de diretor é ocupado por Paulo Baldaia.

Segundo os últimos dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragens, o Diário de Notícias tem uma tiragem de perto de 26 mil exemplares.

3.1.2 Jornal de Notícias

O primeiro número do Jornal de Notícias foi publicado no dia 2 de junho de 1888. O jornal surgiu no Porto pela mão de José Guilherme de Pacheco, figura proeminente dos Regeneradores no distrito do Porto, que decidiu patrocinar um periódico que defendesse os seus ideais, combatesse o Partido Progressista e neutralizasse a Esquerda Dinástica e o seu órgão noticioso, o periódico "O Norte" (Sousa, 1988: p.39). Estes objetivos eram, aliás, assumidos no primeiro editorial do periódico. Enquanto José Guilherme procurou investidores para formar a sociedade capaz de lançar o jornal, Manuel Vaz de Miranda, contador do Tribunal da Relação do Porto, e José Diogo Arroio, lente na Academia Politécnica, e irmão de João Arroio, membro do Partido Regenerador, reuniram alguns jornalistas.

O jornal diário, de pequeno formato, tinha apenas quatro páginas e vendia-se a dez reis, tendo como fundadores José Arroio, Vaz de Miranda e Aníbal de Morais. A sociedade particular sua proprietária era constituída por Alfredo Ferreira Dias Guimarães, António Pádua de Meneses Russel (tesoureiro), Aníbal da Costa Morais (administrador), Eduardo Gonçalves da Costa, José Diogo Arroio (diretor do jornal), Manuel Francisco da Costa e Manuel Vaz de Miranda (eleito auxiliar da administração).

A sua primeira sede foi na Rua de D. Pedro e a tiragem inicial era de 7.500 exemplares. Além do Porto e arredores, vendia-se ainda em Braga e Lisboa e publicou-se todos os dias até 1891, data a partir da qual deixou de sair às segundas-feiras, prática corrente por se reservar o domingo para descanso dos tipógrafos. O Jornal de Notícias era composto e impresso na Empresa Literária e Tipográfica, situada na mesma rua e entre a data da sua fundação e o ano de 1907 aumentou a tiragem para 10.500 exemplares. Nessa altura expandiu as suas instalações e passou a dispor de oficinas próprias equipadas com máquinas a vapor e aumentou o número de páginas, chegando a publicar 10 páginas numa edição. A sua primeira página continha um editorial ou artigo de fundo, as notícias da atualidade internacional e o noticiário nacional que continuava na segunda página, uma secção de humor e o folhetim. Esta estrutura era alterada quando a primeira página apresentava grandes reportagens ou tratava de assuntos relevantes do quotidiano (Sousa, 1988: p.58).

Apesar da defesa dos interesses do Partido Regenerador, o Jornal de Notícias foi sempre um jornal noticioso, que procurou conciliar com as suas obrigações de natureza partidária, para mais tarde se livrar destas últimas (Sousa, 1988: p.66). Assim, nos primeiros anos ataca o governo progressista do Porto e quando sobem ao poder os regeneradores, chefiados por Serpa Pimentel, a atitude do jornal em relação à política passa a ser mais moderada. Continuou a defender os regeneradores e em 1896 chegou a estar suspenso cinco dias, numa época em que os regeneradores tinham voltado ao poder.

Ainda durante o século XIX, começa a dar atenção "aos sucessos que emocionaram o país e o estrangeiro", que mais não eram do que dramas, crimes e catástrofes (Sousa, 1988: p.72). Sinal da sua proximidade com os leitores e, particularmente, com o Norte, o Jornal de Notícias publicou gratuitamente anúncios de pessoas que procuravam emprego, na sequência da crise suscitada pela peste bubónica, em 1899, que obrigou a isolar a cidade com um cordão sanitário, paralisando indústrias e deixando milhares sem trabalho. A luta na questão da insalubridade do Porto levou o jornal a ser suspenso durante dez dias, em outubro daquele ano. Vendia já 20 mil exemplares, tendo beneficiado da sua posição na "defesa metódica, sistemática e bairrista da cidade" do combate aos efeitos sociais provocados pela peste bubónica.

A partir desta data diluem-se as intervenções partidárias do Jornal de Notícias, que modifica o seu conteúdo gráfico e o seu conteúdo noticioso. No final de 1902 o periódico adota uma posição de imparcialidade no âmbito das eleições para a Câmara do Porto e começa a afirmar-se progressivamente como "um jornal do Porto e pelo Porto, do País e pelo País" (Sousa, 1988: p.80). A par desta mudança, "reforça o seu carácter popular e radicaliza a sua posição anticlerical, sobretudo antijesuíta, até então bem discreta" (*idem*). Em 1907 vendia 42 mil exemplares e era o diário com maior tiragem e circulação do Norte do país.

Durante o franquismo, o Jornal de Notícias manifestou-se diversas vezes contra João Franco e lutou pela liberdade durante a ditadura. Após o regicídio reafirma a sua independência política, ao mesmo tempo que denúncia o regime monárquico. A partir de 1910, Aníbal de Morais passa a estar sozinho à frente do destino do periódico e a tendência dos artigos é apaziguadora, procurando restabelecer a ordem social e apelar à democracia, fazendo campanha pela realização de eleições e lembrando que os analfabetos teriam de votar. Em 1911 o jornal incompatibiliza-se com a República, acusando-a de ser anárquica e

violenta e nos anos seguintes vai denunciar a miséria e lutar contra a censura imposta durante a Primeira Guerra Mundial.

Em 1911 o jornal muda para a Rua Elias Garcia e introduziu mudanças técnicas, a nível de impressão e de composição, introduz o linótipo e dá maior atenção às gravuras. No período entre o início da República, até ao golpe de estado de 1926, o jornal começa a dedicar mais atenção ao desporto e promove concursos populares. Chega a iniciar a publicação de um especial sobre a Primeira Guerra Mundial, às segundas-feiras, dias em que o jornal não se publicava, mas interrompe poucos meses depois.

A mudança no quadro de colaboradores nos anos 20 traz com ela um tom de ataque ao regime e de orientação da opinião pública para "o culto da tradição e do passado, o reforço da autoridade e a mística do chefe, a defesa da província" e outras conceções favoráveis ao nacionalismo, terreno favorável à ideologia dos golpistas de maio de 1926, que haveriam de implementar a ditadura (Sousa, 1988: p.167).

O Jornal de Notícias abre uma filial em Lisboa, no ano de 1928, onde mantinha uma delegação há alguns anos, e inaugura outra filial em Braga. Em 1929, é lançado o concurso das quadras de São João e, em 1934, o Jornal de Notícias volta a publicar-se às segundas-feiras. O jornal continua a reforçar a sua matriz popular, dá atenção a crimes e calamidades nas suas primeiras páginas e começa a sentir os efeitos da censura a partir de 1933-34 (Sousa, 1988: p.210). É também no ano de 1934 que morre o diretor Aníbal de Morais, substituído pelo seu sobrinho, Guilherme de Pacheco, até então diretor-adjunto. Nesta época, o jornal já dispunha de correspondentes em Aveiro, Bragança, Guimarães, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu. A partir desta data é notório o nacionalismo exacerbado do periódico, fruto do endurecimento do regime salazarista e da crescente influência do fascismo no regime político (Sousa, 1988: p.219).

Em 1941 o culto a Salazar atinge o seu ponto máximo no Jornal de Notícias (Sousa, 1988: p.228). Em 1944, o jornal inaugura uma filial em Coimbra e, no ano seguinte, o periódico dá os primeiros sinais de afastamento em relação à ideologia do Estado Novo.

Aproveitando a suspensão da censura por motivo da realização da campanha eleitoral, o Jornal de Notícias publica dois editoriais em novembro de 1945, um em que apela à restituição da liberdade e outro em que faz a apologia da liberdade de imprensa. O diretor era agora Pacheco de Miranda e o jornal "libertava-se pública e definitivamente do Estado

Novo" (Sousa, 1988: p.240). Manuel Pacheco de Miranda, diretor da publicação desde 1943, havia comprado o título ao seu primo, Antero Pacheco e "começou, aos poucos, a romper com os laços que existiam entre o Jornal e o Estado Novo" (Forte, 2000: p.80), ao mesmo tempo que passa a dar mais atenção ao Norte do país. Com a vitória dos aliados na Segunda Guerra Mundial crescia na opinião pública portuguesa o movimento de regresso à democracia e o Jornal de Notícias passa a ser considerado um jornal de oposição e a sofrer os efeitos da censura, vendo-se também privado da publicidade de natureza oficial (*idem*).

Face às dificuldades económicas, o jornal é controlado por Manuel Pinto de Azevedo, proprietário de O Primeiro de Janeiro, entre 1946 e 1961. José e Manuel Pacheco de Miranda tinham contraído um empréstimo na Caixa Geral de Depósitos para comprar o jornal, em 1945, mas passado um ano o banco cobrou a dívida, pelo que pediram um empréstimo a Manuel Pinto de Azevedo, levando a que o jornal não fosse tomado pelo Governo, e deixando o empresário como proprietário de parte do periódico. Em 1961, Manuel Pinto de Azevedo vende a sua parte da Empresa do Jornal de Notícias ao Grupo de Lisboa, constituído pela Sociedade Anónima Concessionária de Refinaria (Sacor), Empresa Nacional de Publicidade, Companhia Colonial de Navegação e Companhia Industrial de Portugal e Colónias. O jornal continua a passar por dificuldades financeiras e procura novo alargamento da sua ação no Norte de Portugal, procurando conquistar novos leitores, com páginas de caráter regionalista (Sousa, 1988: p.277) e a abertura de novas filiais, nomeadamente em Viana do Castelo. Continua a bater-se pela liberdade de imprensa e a denunciar arbitrariedades cometidas pelo Estado Novo, pelo que a atuação da censura se acentua, chegando a comissão a pedir as provas de página do diário (Forte, 2000: p.81).

Os anos 60 foram um marco importante para o jornal, que passa a ter uma apresentação gráfica que conservou até aos anos 90. Além disso, alargou e diversificou o seu conteúdo. O seu suplemento literário foi lançado em 1953 e, a partir do ano seguinte, passou a publicar-se todas as semanas, até 1970. Até 1974 o Jornal de Notícias aprofundou e desenvolveu tendências já registadas desde os anos 50, nomeadamente "a exploração popular, não raro sensacionalista, de certos acontecimentos, cobertura judiciosa do Grande Porto, consolidação da sua audiência a Norte de Portugal, diversificação do conteúdo e distanciamento, porventura, oposição ao regime" (Sousa, 1988: p.292). Apesar dos distanciamentos acima referidos face ao Estado Novo, a orientação ideológica estaria

presente, ainda que não haja dados concretos sobre quem a exercia, além dos serviços de censura oficiais. No seu livro sobre a história do Jornal de Notícias, Sousa (1988: p.329) revela que a 5 de maio de 1974 os jornalistas do periódico reuniram-se em plenário e decidiram por unanimidade rejeitar qualquer forma de censura, "em clara alusão a um membro do Conselho de Administração de uma das empresas que detinha parte do capital da Empresa do Jornal de Notícias, que exercera, durante muito tempo, um rigoroso controlo ideológico do Quotidiano, razão pela qual os jornalistas exigem a sua demissão".

O 25 de Abril de 1974 trouxe mudanças ao Jornal que Notícias e, durante o ano que se seguiu à revolução, o periódico assumiu o seu apoio às forças revolucionárias e coloca-se ao serviço das classes trabalhadoras, identificando-se com a defesa dos seus interesses.

Após o 11 de Março de 1975, quando o governo de Vasco Gonçalves assumiu o poder, os bancos foram nacionalizados, medida que o jornal considerou como benéfica para o povo. O Estado passava assim a deter indiretamente a maioria do capital da Empresa do Jornal de Notícias, na medida em que este pertencia à Caixa Geral de Depósitos, que passava assim para a alçada do Governo. Esta situação só se alterou em 1979, com a maioria do seu capital entregue a duas empresas nacionalizadas: a Empresa Pública dos jornais Notícias e Capital e a Petrogal.

> "A posição comprometida do Quotidiano revela-se nos artigos assinados por jornalistas seus, nas notícias que apresenta das grandes manifestações de oposição a Vasco Gonçalves, e mesmo na publicação de fotografias, como, por exemplo, aquando do comício do Partido Socialista no Estádio das Antas, ao mostrar apenas uma reduzida parte da bancada, fotografia que de modo algum testemunha a multidão imensa que enchia por completo aquele recinto desportivo" (Sousa, 1988: p.337).

A posição ideológica que o Jornal de Notícias assumiu, apoiando o movimento revolucionário que durou até 25 de novembro de 1975, teve repercussões nas suas vendas, que baixaram, e na publicidade, que diminuiu. Segundo Sousa (1988: p.341), "a posição realista do Quotidiano face à evolução política, a moderação da sua linguagem, a independência que passa a demonstrar no tratamento da informação, contribuíram logicamente para a recuperação do Jornal de Notícias", algo que se verifica a partir de 1977. O seu novo estatuto editorial entra em vigor no ano de 1982 e o jornal assume-se como "uma publicação periódica informativa e não doutrinária", regida por "critérios de pluralismo, isenção e apartidarismo" (Sousa, 1988: p.341).

É neste quadro que Manuel Pacheco de Miranda deixa a direção do jornal em 1978 e é substituído por Freitas Cruz, como interino. Ainda nesse ano é nomeado como diretor Manuel Ramos, que em 1980 foi substituído por Alberto de Carvalho. Em meados de 1984 surgia uma nova equipa na direção, constituída por José Saraiva e Pereira Pinto. Dois anos depois, Sérgio de Andrade, antigo diretor-adjunto, regressa como diretor interino e, no ano seguinte, é nomeado diretor tendo como adjunto Frederico Martins Mendes.

Entre 1974 e 1988 o Jornal de Notícias abriu novas filiais e delegações em Anadia, Barcelos, Guimarães, Vila Nova de Famalicão, Vila Real e Viseu. Em 1988 o jornal contava com 53 jornalistas nas suas instalações do Porto, 13 jornalistas em Lisboa e dez divididos pelas suas filiais e delegações.

No início dos anos 90 o Jornal de Notícias é privatizado e adquirido pela Lusomundo Media, empresa pertencente à distribuidora cinematográfica Lusomundo, que adquire ainda a rádio TSF e o Diário de Notícias, entre outros títulos. A Lusomundo é comprada pela Portugal Telecom em 2000, mas cinco mais tarde a empresa de telecomunicações decide abandonar o negócio dos meios de comunicação social e alienar a Lusomundo Serviços (que incluía a Lusomundo Media). O negócio foi feito com a Controlinveste, grupo nascido em 1984 e liderado por Joaquim Oliveira, que já detinha o jornal O Jogo e a Sport TV. A Alta Autoridade para a Comunicação Social dá luz verde para a concretização do negócio em abril de 2005.

A administração, redação e tipografia ficam na Avenida dos Aliados até inícios de 1970 e, nesse ano, passam a ocupar as suas atuais instalações na Rua Gonçalo Cristóvão. Em 1995 o Jornal de Notícias é líder absoluto em termos de tiragens no país e, no ano de 2003, atinge o recorde de um milhão de leitores diários. A partir deste ano o Jornal de Notícias sofre grandes alterações a nível editorial e gráfico.

No final de 2013, Joaquim Oliveira, até então presidente do Conselho de Administração da Controlinveste vende uma parte das suas ações na Controlinveste Media. Assim, 72,5% do capital da empresa é vendido ao Banco Comercial Português, ao Banco Espírito Santo e a António Mosquito Mbakassie e Luís Montez. O capital fica repartido por Joaquim Oliveira (27,5%), António Mosquito (27,5%), Luís Montez (15%), BCP (15%) e BES (15%). Face às dificuldades financeiras do grupo, Joaquim Oliveira viu-se obrigado a ceder o controlo

do grupo a António Mosquito e Luís Montez. No final de 2014, a empresa detentora do jornal, a Controlinveste, passa a denominar-se Global Media Group.

Fernando de Sousa (1988: pp.345-346) identifica o periódico, ao longo dos seus anos de história, como um jornal popular. Outra das suas características, durante o primeiro século de vida, prende-se com as diferentes posições ideológicas que foi assumindo e, em terceiro lugar, o autor identifica o título como "um *Jornal do Porto e do Norte de Portugal*" [sic], uma vocação regional, "que de modo algum se revela incompatível com a dimensão nacional" da publicação do jornal.

Nascido no Porto, o Jornal e Notícias continua a assumir que "o Norte do país é a sua principal área de influência", tal como se pode ler na página oficial da Global Media Group. "Apesar disso, o JN, como marco incontornável da imprensa portuguesa, tem uma presença geográfica de âmbito nacional e conteúdos transversais a toda a população", acrescenta a empresa.

3.1.3 Correio da Manhã

O primeiro número do jornal Correio da Manhã foi publicado no dia 19 de março de 1979. O diário assumia-se como um "jornal de cariz popular" e foi fundado pelo jornalista Vítor Direito, juntamente com Carlos Barbosa e Nuno Rocha. Os três empresários reuniram, na época, 1350 contos, aproximadamente 6750 euros, quantia que constituía o capital do periódico. A sua primeira redação funcionava numa cave do Príncipe Real, em Lisboa, onde trabalhavam cerca de 30 jornalistas.

Nuno Rocha foi o primeiro administrador do jornal e Vítor Direito, que tinha sido jornalista no "Diário de Lisboa" e no "República", o seu diretor. Juntamente com Carlos Barbosa, Nuno Rocha foi o responsável por captar novos investidores e aumentar o capital do jornal para dez mil contos. "Era uma espécie de subscrição por colecta, um empresário dava 100 contos, outros davam 30. Também os trabalhadores entraram no aumento de capital. Belmiro Vieira, chefe de redacção adjunto no momento da fundação, conta que entrou com 10 contos descontados do primeiro salário", lê-se na história contada pelo Correio da Manhã ("O jornal e Vítor Direito", 2004).

Segundo Carlos Barbosa em entrevista ao Público, os fundadores queriam fugir ao padrão dominante dos nomes dos jornais da época, sendo que muitos tinham a palavra "diário" no

título. Assim, perante várias propostas, optaram de forma quase unânime por Correio da Manhã (Lusa, 2009).

O seu estilo era considerado uma novidade na imprensa portuguesa, uma vez que se tratava do primeiro jornal português em formato tablóide. Na história do periódico lemos que se tratava de um novo diário "original e dinâmico" que privilegiava "temas do quotidiano em notícias tratadas com objectividade" (*idem*). Com menos ênfase na política do que os outros jornais da época, o Correio da Manhã pautava-se por uma linguagem acessível e cedo ancorou a sua imagem de marca no editorial denominado "Bilhete Postal", assinado por Vítor Direito e descrito como uma linguagem "sintética, incisiva e irreverente". Defendia ainda "princípios de independência em relação ao Estado, partidos, interesses económicos e lóbis" ("Datas importantes do Correio da Manhã", 2009). No editorial que assinalava o seu primeiro ano de existência, Vítor Direito escrevia:

> "Para lá do formato (o moderno tabloid anglo-americano) e do desempoeirado figurino gráfico, no que diz respeito à feição jornalística, procuramos ir ao encontro do gosto dos leitores, fornecendo-lhes uma gama variada de noticiário, todo ele isento da carga político-ideológicas que, nos últimos cinco anos, parece ser pecha dos restantes jornais" (Direito, 1980: p.1).

Quando o Correio da Manhã foi lançado a maioria dos jornais estavam sob alçada do Estado e Vítor Direito tinha em mente uma linha editorial independente do poder e um jornalismo "mais próximo dos leitores e dos assuntos que interessavam às pessoas no seu dia-a-dia" ("O jornal de Vítor Direito", 2004, p.5). A independência de fatores políticos e económicos foi sublinhada nos editoriais de aniversário dos primeiros anos de vida do periódico. Em 1982, o diretor afirma mesmo que "ao contrário do que acontece com quase todos os outros jornais diários portugueses, o «CM» não cobra subsídios de partidos políticos, não colhe proveito do erário público, não recebe benesses de qualquer grupo capitalista" (Direito, 1982: p.2).

O Correio da Manhã era propriedade da Presselivre – Imprensa Livre, SARL, uma sociedade que tinha, em 1982, um capital de 11.730 contos, dividido em 1173 ações de dez mil escudos. Estas ações pertenciam a 162 acionistas e nenhum deles possuía mais de 30 ações, "impedindo-se assim hegemonias de uns em detrimento de outros" (*idem*). Segundo o periódico, 72 dos 84 trabalhadores do jornal tinham pelo menos uma ação e face ao estatuto da empresa, em assembleia geral estas ações valiam o triplo dos votos concedidos aos restantes acionistas (*idem*).

No ano da sua publicação o Correio da Manhã publicava uma média de 24 páginas, número elevado para as 44 páginas dois anos depois (Direito, 1981: p.2). Além disso, arrancou com uma tiragem de 15 mil exemplares e três anos depois publicava 50 mil e aos domingos a tiragem ultrapassava os 80 mil (Direito, 1982: p.2). Naquela altura havia 14 jornais diários em Portugal e o Correio da Manhã estava entre os cinco mais vendidos (*idem*).

Em maio de 1980, o Correio da Manhã abriu a sua primeira delegação fora da capital, mais concretamente na cidade de Faro, seguindo-se uma estratégia de expansão na zona Sul e Centro de Portugal. Abriu, em 1982, a delegação de Portimão, quatro anos depois, a delegação do Porto e, em 1991, a delegação de Leiria. Seguiu-se Viseu (1993), Évora (1993), Aveiro (1995) e Braga (1998).

O Correio da Manhã trouxe uma novidade face aos jornais então publicados em Portugal: tinha uma edição ao domingo, que incluía uma revista generalista, o Correio de Domingo, com 32 páginas a cores, produzido pelo "Espaço T Magazine". Foi publicado pela primeira vez a 22 de novembro de 1981 e era coordenado por José Mendonça da Cruz. O jornal passou depois a produzir ele próprio a revista, mas, no final da década de 80 a publicação foi entregue para produção exterior ao Forum Estudante. Com o nome Domingo Magazine, a revista voltou ainda nos anos 90 ao Correio da Manhã.

Foi no ano de 1986 que o Correio da Manhã afirmou a sua solidez financeira no mercado da imprensa nacional ("Datas importantes do Correio da Manhã", 2009). Na época registava uma circulação diária superior a 60 mil exemplares. Dois anos depois, face ao aumento da equipa, o jornal passa a ocupar um novo espaço, num edifício de quatro andares destinados à redação do periódico, na Avenida Mouzinho da Silveira. Neste ano o jornal informatizou a redação e o departamento de publicidade, permitindo-lhe adiantar a sua hora de fecho. Em 1989 a Presselivre, empresa detentora do Correio da Manhã, era formada maioritariamente por trabalhadores-acionistas, que detinham 76,6% do capital social da empresa ("Primeira Década", 1989).

Em novembro de 1991 Vítor Direito passa a ocupar o cargo de Presidente Diretor-geral e Agostinho Azevedo, até então chefe de Redação, é nomeado diretor, cargo que haveria de manter até Dezembro de 2001.

Entretanto o periódico havia lançado mais uma revista semanal, a Correio TV, e em 1993 lança também a revista Casa, destinada ao público feminino. Era, à data, o único jornal diário a oferecer três revistas semanalmente, com as suas edições de quarta-feira (Casa), sexta-feira (Correio TV) e domingo (Correio de Domingo).

Em dezembro de 1997 regista-se mais uma etapa do crescimento da empresa, com nova mudança de instalações. O Correio da Manhã passa a ocupar oito pisos de um prédio na Avenida João Crisóstomo, onde é hoje a sede da Cofina. A Cofina, aliás, entra na história do jornal pouco tempo depois. Em novembro de ano 2000 a Presselivre, que detinha a propriedade do Correio da Manhã, foi comprada pela *holding* Cofina, que já detinha outros títulos da imprensa periódica, uma participação em meios de distribuição e uma ação consistente na exploração do mercado publicitário.

A partir de 2000 a curva de vendas do jornal começa a ter uma inclinação mais acentuada e em 2001 o jornal fecha o ano, pela primeira vez na sua história, com uma média superior a 100 mil exemplares, feito que repetiu nos dois anos que se seguiram.

Em 2002, o Correio da Manhã lança o seu site oficial, www.correiodamanha.pt, apesar de já assegurar desde 1998 o seu noticiário online, através do portal Netc. O site registava 1,5 milhões de visitas mensais e, no final do ano seguinte, tinha quase 5 milhões. Também no ano de 2002 João Marcelino, que dirigia o jornal Record, é nomeado diretor do Correio da Manhã. Cinco anos depois, em fevereiro de 2007, o cargo é assumido por Octávio Ribeiro, que ainda hoje se mantém como diretor do periódico.

Em 2004 o Correio da Manhã já possuía várias delegações e tinha ainda uma rede de correspondentes espalhos pelos outros distritos. Em 2006 é lançado o caderno Sport, dedicado ao desporto, e, em 2007, o Correio da Manhã aposta em mais um suplemento, Primeiro Emprego, e no ano seguinte lança a revista Vidas, vendida com o jornal aos sábados, que explora a vida das celebridades.

Em março de 2008 o site do Correio da Manhã sofre uma profunda remodelação adaptando-se ao conceito de complemento do serviço prestado pela edição impressa. As fotografias e o vídeo passam a integrar o conteúdo online. Dois meses depois o site conta com 22.500.000 *page views*. Também neste ano os números da Associação Portuguesa de Controlo de Tiragem mostram que o jornal era o diário mais vendido desde 2003. Segundo o diretor do Correio da Manhã, em 2008 foi estabelecido o máximo de sempre nas vendas

de um jornal diário em Portugal, com uma média de 115.854 exemplares por dia na venda em banca e o máximo histórico de 118.353 exemplares por dia na circulação paga (Lusa, 2009).

Apesar de sempre ter declarado publicamente a sua independência ideológica, nomeadamente no editorial dos seus 30 anos, é possível encontrar algumas marcas que posicionam o Correio da Manhã mais à direita, inclusivamente nessa mesma edição. Num artigo de opinião assinado por Andrade Guerra em 19 de março de 1999, encontramos uma crítica ao facto de nas duas décadas anteriores a indústria e a tecnologia terem evoluído, ao contrário da dignidade do Homem. O então diretor-adjunto do Correio da Manhã contrasta a riqueza existente com as pessoas que vivem em condições degradantes, para depois atacar o poder instituído e a ausência de regras mais justas no mundo. Ainda que esta crítica pudesse não ser dirigida diretamente a António Guterres, que liderava em Portugal o executivo socialista, logo no parágrafo seguinte é feita a apologia da direita.

> "No nosso País a era de relativa prosperidade, iniciada há vinte anos por virtude da Aliança Democrática estruturada por Sá Carneiro e Amaro da Costa (que por ela deram a vida) pontualmente interrompida mas decisivamente retomada pelo tecnocrata Cavaco Silva, atravessa hoje dias de pacífica gestão, fortemente assentes no apoio comunitário mas não isentos de preocupação face ao futuro a médio prazo" (Guerra, 1999: p.2).

Parece-nos clara a apologia que aqui é feita da coligação de direita encabeçada por Sá Carneiro, chegando o autor a defender que o primeiro-ministro e o seu ministro da Defesa deram a vida pela causa política, quando, na verdade, nunca ficou provada a autoria da tese de atentado. Além disso, a citação diz que essa prosperidade foi interrompida e depois retomada pelo social-democrata Cavaco Silva, antes de quem vigorou um governo de esquerda presidido pelo socialista Mário Soares (1983 a 1985).

Decorridos 37 anos da sua fundação, o diretor Octávio Ribeiro diz que o perfil do jornal é o mesmo que nasceu a 19 de março de 1979. "Somos um jornal generalista, que privilegia a notícia e estabelece um elo de estreita confiança com os leitores. Buscamos o pulsar do país, dia após dia". De entre as alterações que foram introduzidas no jornal nos últimos anos, o diretor da publicação sublinha o desenvolvimento do jornalismo de investigação, o aprofundamento da capacidade de análise e o investimento num painel de opinião (Lusa, 2009).

No seu estatuto editorial, o Correio da Manhã reafirma a independência "da actividade jornalística perante todas as formas de poder, sejam elas políticas, económicas, religiosas ou outras". Diz ainda cultivar o jornalismo de investigação "para o necessário escrutínio da vida pública e como forma de controlo pelos cidadãos contra eventuais abusos de poder, autoridade ou posição dominante". O documento realça ainda o valor do pluralismo, salientando que o jornal "não se verga a interesses particulares que procurem prevalecer sobre o interesse da comunidade" ("Estatuto editorial", 2009).

3.2 A escolha de metodologias

A quarta etapa da nossa investigação incidirá sobre a construção de um modelo de análise, que visa organizar o manancial de informação que nos propomos estudar. Para Quivy e Van Campenhoudt (1992: p.109), o modelo de análise será uma espécie de "charneira entre a problemática fixada pelo investigador, por um lado, e o seu trabalho de elucidação sobre um campo de análise forçosamente restrito e preciso, por outro". Neste ponto afigura-se necessário começar por explicar as metodologias de investigação e depois definir as hipóteses. Os autores lembram a importância das hipóteses para qualquer trabalho científico, pois elas traduzem o espírito de descoberta e dá à investigação "um fio condutor particularmente eficaz que, a partir do momento em que ela é formulada, substitui nessa função a pergunta de partida, ainda que esta não esteja completamente esquecida" (Quivy e Van Campenhoudt, 1992: p.120). Além disso, consideram os autores, a hipótese é o critério de seleção dos dados considerados pertinentes para a investigação.

Hartley (2004: p.171) defende que "o armário das ferramentas metodológicas dos estudos culturais, de comunicação e *media* é muito espaçoso, porque envolve campos interdisciplinares". De facto, falamos de ferramentas baseadas em métodos que nasceram no seio da sociologia, antropologia e outras ciências sociais. Essencial é estabelecer regras precisas, delinear bem o objetivo do conhecimento que pretendemos alcançar e delimitar o nosso campo de estudo. Partimos, então, de uma primeira escolha: as metodologias que utilizaremos são empíricas, no sentido em que pretendemos "estudar artefactos recuperáveis que existem realmente" (Hartley, 2004: p.172).

A escolha das metodologias de análise nem sempre é fácil e muitos investigadores encontram-se perante a encruzilhada de optar por metodologias qualitativas ou quantitativas, quando na verdade ambas podem ser complementares e contribuir para uma melhor explicação do fenómeno e um melhor entendimento do estudo. É o caso do

presente trabalho de investigação. Poderíamos centrar-nos apenas na contabilização de resultados, enumerando a quantidade de notícias escritas e as imagens utilizadas. No entanto, pareceu-nos que para uma ampla compreensão do tratamento jornalístico da morte das figuras públicas seria necessária uma componente qualitativa, aliada à quantificação dos objetos de estudo. Escolhemos, por isso, uma metodologia mista, o que significa que utilizaremos diversos métodos quantitativos. Olhemos algumas das vantagens e desvantagens das metodologias.

Segundo Wimmer e Dominick (2001: p.48), as variáveis na pesquisa qualitativa podem ou não ser mensuráveis e quantificáveis, sendo que os autores apontam algumas das suas vantagens. Desde logo o facto de estes métodos permitirem um olhar sobre o ambiente natural e possibilitarem um aprofundamento no entendimento do fenómeno, sobretudo quando este nunca foi investigado. Para os autores, os métodos qualitativos são flexíveis e permitem ao investigador encontrar novas áreas de interesse.

Quanto às desvantagens, os autores (*idem*) apontam o facto de, por vezes, as amostras serem demasiado pequenas para permitir a posterior generalização e, por isso mesmo, a investigação qualitativa é nesses casos, o primeiro passo para uma investigação mais vasta. Wimmer e Dominick dizem mesmo que a informação recolhida através dos métodos qualitativos pode servir de base para preparar uma análise quantitativa mais elaborada. A fiabilidade dos dados é outro dos problemas apresentados, pois os observadores descrevem eventos únicos e a pessoa que conduz a investigação pode ficar demasiado envolvida com o objeto de estudo, perdendo a objetividade.

Quanto à pesquisa quantitativa, embora Wimmer e Dominick (2001: p.49) constatem que muitos investigadores os distingam dos métodos qualitativos pelo tamanho da amostra (que é mais pequena na pesquisa qualitativa), eles acrescentam que muitas vezes o tamanho pode ser o mesmo. Referindo-se às pesquisas quantitativas, afirmam que as variáveis devem ser mensuráveis e falam das vantagens deste tipo de pesquisa, como o facto de se traduzirem em resultados mais precisos, por serem resultados quantificáveis.

Apesar das opiniões dos investigadores se dividirem no que toca à preferência por métodos quantitativos ou qualitativos, Wimmer e Dominik (2001: p.49) reiteram que os dois métodos são importantes para o estudo de um fenómeno, propondo o recurso ao conceito de triangulação, para definir a utilização dos dois métodos (qualitativo e quantitativo).

Optámos, nesta investigação, por uma análise quantitativa e por uma análise qualitativa do conteúdo das edições do Correio da Manhã, do Jornal de Notícias e do Diário de Notícias, no âmbito do tratamento noticioso que fizeram quando do falecimento de António de Oliveira Salazar, Fernando Pascoal das Neves (Pavão), Francisco Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações, Zeca Afonso, Carlos Paião, Miguel Torga, Beatriz Costa, António de Spínola, Vítor Batista, Amália Rodrigues, Sophia de Mello Breyner, Álvaro Cunhal, José Megre, Raul Solnado, José Saramago, António Feio, Angélico Vieira e Eusébio da Silva Ferreira. O período temporal analisado serão os onze dias após a morte das figuras mencionadas e incluiremos ainda na análise as edições do Correio da Manhã, do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias das efemérides destas mortes: um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos.

Na análise quantitativa decidimos contabilizar o número de páginas de cada edição em que a personalidade é referenciada, o número de peças publicadas e as imagens respeitantes a essas mesmas peças. Contabilizámos também os destaques nas capas dos jornais e as fotografias existentes nessas primeiras páginas. Seguidamente procedemos à distinção dos géneros jornalísticos de cada uma das peças. Já no âmbito da análise qualitativa, retirámos dos textos informativos todas as marcas de subjetividade, desde adjetivos a excertos que mostravam proximidade ou um tom de pesar.

Em relação aos jornais escolhidos, e face ao período temporal que estará em análise, só poderíamos optar por jornais diários generalistas, tal como já foi referido. No que diz respeito ao intervalo de tempo que vamos abranger – 1970 a 2014 – os únicos jornais que foram publicados durante todo este período foram o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias. No entanto, pareceu-nos que deveríamos acrescentar um terceiro título, até porque os dois periódicos mencionados passaram a integrar a mesma empresa no início dos anos 90. Assim, optámos pelo Correio da Manhã, que só começou a ser publicado em 1980, mas era o diário generalista que melhor podia cobrir o período temporal da nossa investigação. Para além disso, falamos do jornal português com caraterísticas tipicamente populares, o que acrescenta uma dimensão importante à nossa investigação, alargando o espetro da tipologia de periódicos em análise, desde o jornalismo de referência ao jornalismo assumidamente popular. A outra opção seria o jornal Público, mas o facto de este ter nascido apenas em 1990, deixaria de fora da análise sete personalidades. Com a

escolha do Correio da Manhã, apenas o tratamento jornalístico da morte de Salazar e de Pavão ficou por analisar.

Foi nosso objetivo procurar compreender o tratamento jornalístico dado pelos jornais referenciados à morte das personalidades. Isso implicava, naturalmente, a análise da informação publicada após o seu falecimento. Mas quisemos ainda perceber se o tratamento dado teve, ou não, uma continuidade temporal. Assim, pareceu-nos que seria importante estudar os dez dias subsequentes à notícia do falecimento da figura pública, de modo a abarcar o tratamento referente às cerimónias fúnebres, mas também os outros motivos pelos quais as personalidades continuaram a ser faladas nos jornais. Revisitámos este acontecimento em datas marcantes – um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos – de modo a perceber a forma como as pessoas continuam ou passaram a ser recordadas, acompanhando, em simultâneo, eventuais transformações narrativas dos jornais analisados, em função da alteração do ecossistema mediático ao longo dos anos. Para além disso, o alargamento do espaço temporal de análise pode também ser revelador sobre a força e autonomia das figuras consideradas, nomeadamente quanto à sua capacidade de se imporem como uma narrativa de vida que se sobrepõe aos constrangimentos momentâneos da cobertura jornalística ou aos sentimentos controversos e/ou contraditórios das opiniões (pública e publicada).

Esta opção é também consonante com a ideia de Arnold Van Gennep (1909: p.214), ao considerar que a extensão do período que marca o regresso dos enlutados ao seio da sociedade pode ser sistematizada nas efemérides assinaladas. Por outro lado, tivemos ainda em consideração o tempo como valor-notícia, partindo da ideia de cabide noticioso defendida por Nelson Traquina (2002: p.189). Para este autor, uma data específica pode servir como cabide para justificar a noticiabilidade de um acontecimento que aconteceu no passado. Segundo Traquina, no caso da efeméride o tempo é utilizado como "*news peg*" para fazer uma notícia sobre o aniversário da morte de alguém ou para justificar falar de novo sobre o assunto que aconteceu há anos atrás. Assim, procuraremos aferir sobre a presença de conteúdo noticioso, e/ou opinativo, nos períodos em que se assinalam estes aniversários sobre a morte das figuras públicas estudadas, tal como explicaremos mais à frente no âmbito da explicitação da nossa amostra.

Faremos, portanto, uma pesquisa empírica, recorrendo à análise quantitativa, centrada na recolha de dados em textos e imagens, e à análise qualitativa, incidindo em textos que pretendemos interpretar através da análise textual, como explicitaremos de seguida.

3.2.1 Análise de conteúdo

A análise de conteúdo é entendida por Hartley (2004: p.20) como "um método das ciências sociais para investigar textos dos meios de comunicação, com o intuito de identificar indicadores de conteúdo nos diferentes canais dos *media*". O autor refere-se ainda à importância de se investigar a frequência da presença de dado elemento, recorrendo, para isso, a categorias predeterminadas e analisando os dados obtidos numa lógica de objetividade.

Ferin (2012: p.82) define análise de conteúdo como "uma técnica de investigação, aplicável a todos os conteúdos dos meios de comunicação, que tem por finalidade a descrição sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto". Pareceu-nos imprescindível incluí-la neste estudo, porque é importante perceber o espaço dado às notícias e às imagens na cobertura da morte das personalidades célebres. Foi a perceção desse espaço, aliás, que esteve no ponto de partida para este estudo, na linha do que defende Krippendorf (*cit. in* Vala, 2003: p.103), para quem esta técnica de investigação "permite fazer inferências, válidas e replicáveis, dos dados para o seu contexto".

Bardin (1977: p.29) fala em dois objetivos da análise de conteúdo, sendo um deles ultrapassar a incerteza e o segundo enriquecer a leitura olhando mais aprofundadamente para a matéria em questão. Já Casey *et al.* (*cit. in* Hartley, 2004: p.20), lembram uma das vantagens deste método: a criação de regras e procedimentos sistemáticos, ambicionando a exatidão, quer dos objetivos, quer dos objetos de estudo e dos termos utilizados no projeto. Vala (2003: p.104) resume a finalidade da análise de conteúdo, considerando que esta visa "efectuar inferências, com base numa lógica explicitada, sobre as mensagens cujas caraterísticas foram inventariadas e sistematizadas".

No caso do presente trabalho de investigação, partimos de várias hipóteses, que enunciaremos em seguida, e que nasceram de uma perceção do quotidiano. O trabalho da autora da presente investigação na área do jornalismo colocou-a perante a constatação do elevado valor de noticiabilidade da morte. A evidência de que esse valor de noticiabilidade ganharia ainda mais importância quando aliado ao critério da proeminência da figura

envolvida motivou o caminho rumo a um estudo quantitativo, como este a que nos propusemos. Ainda assim, considerámos que este tema mereceria uma análise mais aprofundada, deixando de lado as meras suposições nascidas do senso comum, ou das supostas evidências do quotidiano, como sublinha Bardin.

Acrescenta ainda Bardin (1977: p.30) que uma das funções da análise de conteúdo é aumentar a propensão para a descoberta e exploração do tema. Outra dessas funções é a de encontrar conteúdos que irão servir de prova e confirmar ou desmentir as hipóteses do investigador. Sendo certo que a quantificação dos elementos analisados vai permitir responder às dúvidas que suscitaram as hipóteses desta investigação, a exploração do tema e a procura de conteúdos que nos ajudem a tirar conclusões sobre o mesmo parece-nos a função mais importante da análise de conteúdo aqui aplicada.

Também Jorge Pedro Sousa (2006: p.663) reitera que a análise de conteúdo nos permite estudar conteúdo de jornais e revistas, permitindo a obtenção de dados quantitativos que conferem rigor à pesquisa. Por seu lado, Marques de Melo (*cit. in* Sousa, 2006: p.663), considera a este propósito que "ao invés de entrevistar o leitor sobre os seus hábitos de leitura, utiliza-se o processo inverso, ou seja, analisar aquilo que é oferecido ao leitor". Foi isso mesmo que pretendemos aferir: o que vêm oferecendo os jornais aos seus leitores, em termos de espaço e conteúdo, nos últimos 40 anos, no que toca à cobertura mediática acerca das mortes de figuras públicas?

Segundo Wimmer e Dominick (2001: p.156), a análise de conteúdo é um método comum entre os investigadores dos *mass media*, por ser uma forma eficiente de investigar o conteúdo dos meios de comunicação social. Salientando que existem várias definições deste conceito, os autores salientam a definição de Kerlinger (*cit. in* Wimmer e Dominick, 2001: p.156): "A análise de conteúdo é o método para estudar e analisar a comunicação de uma forma sistemática, objectiva e quantitativa com o propósito de medir variáveis". Os autores colocam o enfoque nestas três caraterísticas. O facto de ser sistemática significa que a pesquisa vai analisar determinado conteúdo, seguindo regras específicas e mediante uma uniformidade, também defendida por Casey *et al*. A objetividade significa que a visão do investigador fica de fora e que a análise está construída de tal forma que qualquer investigador que repita o estudo com as mesmas categorias chegará às mesmas conclusões. A questão de ser uma pesquisa quantitativa permite medir conteúdos, para chegar a resultados precisos e dá aos investigadores ferramentas estatísticas para ajudar na análise e

interpretação. No caso do presente estudo, definimos *a priori* regras claras para a análise e introduzimos, no seu decurso, outras regras que nos ajudaram a uniformizar os dados. A amostra escolhida, em termos de casos analisados, parece-nos ser suficientemente heterogénea e diversificada, para que este estudo retrate com algum rigor o fenómeno que pretendemos analisar.

Não podemos, porém, esquecer as desvantagens apontadas a esta metodologia. Segundo Casey *et al.* (*cit. in* Hartley, 2004: p.21) um dos problemas está no facto de a classificação do conteúdo poder ser contestada e é esse um dos motivos que leva muitos investigadores a partir das metodologias quantitativas, conjugando-as com uma análise qualitativa. Esta perspetiva vai ao encontro do que defendem Wimmer e Dominick (2001: p.159), quando integram, entre as limitações da análise de conteúdo, o facto de os seus resultados, isoladamente, nem sempre serem suficientes para chegar a conclusões acerca dos efeitos dos conteúdos dos *media* nas audiências. Os autores sustentam ainda que os resultados são limitados pelas categorias de análise e que não é possível estudar todos os grupos e/ou realidades porque alguns beneficiam de pouco tempo de antena nos meios de comunicação social. Por último, referem que a análise de conteúdo leva tempo e pode ser dispendiosa.

Não é nosso objetivo tratar as consequências do consumo das mensagens mediáticas nas audiências, pelo que esta é uma das limitações referidas por Wimmer e Dominick que fica excluída do nosso trabalho. Interessa-nos, sim, recolher alguns indicadores sobre evoluções do tratamento jornalístico dos acontecimentos, a partir do estudo de um tipo de eventos especiais, como é o caso da morte e, em particular, a morte de figuras públicas. De que forma essas mensagens são consumidas ou que impacto têm nas audiências, poderá ser objeto de um estudo posterior, mas que aqui não tem cabimento.

3.2.2 Análise qualitativa

De acordo com a definição de Hartley (2004: p.261), "a análise textual é uma metodologia particularista, empírica e analítica, que é central para o desenvolvimento dos estudos culturais e dos *media*. Ela envolve o exame das características internas formais e a localização contextual de um texto para descobrir que leituras ou significados podem ser obtidos a partir dele". A nossa opção pela análise qualitativa do conteúdo do jornal prende-se, essencialmente, com esta ideia de compreender quais as interpretações possíveis de um texto, mas também pela possibilidade de clarificar o conteúdo dos artigos que iremos quantificar.

Quanto a esta opção pela qualitativa, há algumas inferências que nos parecem fundamentais, nomeadamente no estudo das estruturas textuais e da linguagem utilizada, acerca da existência, ou não, de marcas de subjetividade, como a adjetivação, quando esta é sinónimo de juízos de valor, ou seja, no sentido da atribuição de qualidades às personalidades em estudo. Estivemos ainda atentos a elementos textuais que nos permitissem detetar a voz do jornalista no texto noticioso, particularmente sempre que essa voz assuma um tom de pesar face ao desaparecimento da personalidade. Neste campo não incluiremos artigos de opinião, nem citações diretas ou indiretas de fontes de informação. O nosso objetivo é avaliar, até que ponto, a morte de uma personalidade é motivo para os jornais assumirem uma subjetividade que não adotam na cobertura dos acontecimentos do dia-a-dia. Ainda que os artigos de opinião façam parte da narrativa sobre a morte da personalidade, e por isso mesmo foram considerados no estudo quantitativo, não nos pareceu que o facto de os seus autores elogiarem ou glorificarem os feitos da figura desaparecida fosse motivo de análise. Seria justo argumentar que os conteúdos destes artigos poderiam não ser necessariamente elogiosos, mas após a morte de alguém seria estranho que o meio de comunicação social desse espaço a cronistas ou articulistas que tivessem como objetivo criticar a personalidade em causa. Ainda que isto possa acontecer e pudesse, inclusivamente, ter acontecido em relação à morte das personalidades em análise neste estudo, o nosso foco sempre foi a vertente informativa e, como tal, a voz do jornalista no âmbito do texto informativo. Quanto às citações diretas ou indiretas de fontes de informação, estamos cientes de que a utilização de determinadas fontes de informação em prol de outras é uma escolha jornalística. Não nos é alheio o facto de o jornalista poder optar por ouvir pessoas de quem se esperam discursos elogiosos sobre o falecido ou, até, dar voz a figuras que possam ter algo de menos positivo a dizer sobre a personalidade, numa estratégia que visasse gerar controvérsia. Ainda assim, não é esse o cerne da nossa análise qualitativa. Como referimos acima, quando decidimos analisar o conteúdo das notícias publicadas, quisemos perceber se existia, ou não, uma voz audível, a voz do jornalista, que apesar de se querer imparcial, muitas vezes pode ser ouvida, dadas as circunstâncias de pesar do momento. Procurámos encontrar marcas de subjetividade que pudéssemos atribuir diretamente ao autor da notícia ou, por entreposta pessoa, ao meio de comunicação social. A inclusão do discurso das fontes de informação neste âmbito permitiria apenas retirar ilações superficiais sobre o facto de terem ouvido aquelas pessoas e não outras. Nunca poderíamos concluir que isso foi uma estratégia previamente pensada,

porque não seria possível perceber se a lista de pessoas ouvidas foi escolhida propositadamente a pensar em declarações com conotação positiva ou negativa, ou se aquelas pessoas são as que têm voz no jornal por serem as mais próximas do falecido, ou ainda as mais representativas do setor em que ele se insere (desporto, política, artes, etc.).

Segundo Bardin (1977: p.43), num primeiro e superficial olhar, poderíamos concluir que a análise de conteúdo e a análise linguística estão relacionadas pois têm o mesmo objetivo: a linguagem. No entanto, ao observarmos com mais atenção, percebemos que ambas estão separadas e procuram coisas distintas, sendo que têm, também, âmbitos diferentes. O autor distingue: "O objecto da linguística é a língua, quer dizer, o aspecto colectivo e virtual da linguagem, enquanto o da análise de conteúdo é a palavra, isto é, o aspecto individual e actual (em acto) da linguagem". Apoiando-se na metáfora do jogo de xadrez utilizada por Saussure, o autor justifica que a linguística definiria o manual do jogo da língua, enquanto a análise de conteúdo procuraria compreender os jogadores ou o ambiente de jogo num dado momento. Bardin (1977: p.44) acrescenta ainda: "A linguística estuda a língua para descrever o seu funcionamento. A análise de conteúdo procura conhecer aquilo que está por trás das palavras sobre as quais se debruça. A linguística é um estudo da língua, a análise de conteúdo é uma busca de outras realidades através das mensagens".

Nesta estrada paralela que o autor traça entre análise de conteúdo e linguística, chega por fim a uma das aplicações da análise de discurso.

> "A análise de discurso trabalha, tal como a análise de conteúdo, com unidades linguísticas superiores à frase (enunciados). Mas desde que o seu objetivo releva da mesma dimensão que o objetivo puramente linguístico do qual ela deriva por extensão – formular as regras de encadeamento das frases, quer dizer, ao fim e ao cabo descrever as unidades (as macrounidades que são os enunciados) e a sua distribuição – é difícil situá-las na contiguidade (e no mesmo lugar) da análise de conteúdo" (Bardin, 1977: pp.44-45).

Jorge Pedro Sousa (2006: p.661) diz que "para se chegar à substância de um discurso, o mais útil é complementar a análise quantitativa com a análise qualitativa". Se numa primeira fase queremos quantificar alguns elementos do conteúdo dos jornais, numa segunda fase achamos que se afigura necessário "apreciar as qualidades não quantificáveis" desse mesmo conteúdo (Sousa, 2006: p.679). Deslauriers (*cit. in* Guerra, 2006: p.11), ao considerar que a expressão "métodos qualitativos" não tem um sentido preciso no que toca à análise no âmbito das ciências sociais, ajuda-nos a explicar a nossa

opção pelos dois métodos: "no melhor dos casos [a expressão métodos qualitativos] designa uma variedade de técnicas interpretativas que têm por fim descrever, descodificar, traduzir certos fenómenos sociais que se produzem mais ou menos naturalmente. Estas técnicas dão mais atenção ao significado destes fenómenos do que à sua frequência".

3.2.3 Formulação das hipóteses

No âmbito da nossa opção pela análise de conteúdo quantitativa e qualitativa, afigurou-se-nos necessário começar por definir as hipóteses e perguntas de investigação, adiantando, assim algumas perceções iniciais e explicações hipotéticas que irão guiar esta investigação.

Tabela 1 – Hipóteses para uma análise de conteúdo quantitativa

Hipótese	Perguntas de investigação (research questions)	Variáveis
Os jornais aumentaram o grau de atenção dado à morte de figuras mediáticas no espaço de 40 anos	RQ-1) Qual o espaço dos jornais ocupado com as notícias da morte das celebridades nos dias a seguir à sua morte? RQ -2) Qual o destaque dado pelos jornais aos casos em estudo nos dias após a morte das celebridades? RQ-3) Qual o destaque que as primeiras páginas dos diários dão a estas mortes? RQ-4) Qual o espaço ocupado com as imagens das celebridades?	Número de páginas onde o jornal referencia a personalidade. Número de peças sobre a morte das celebridades publicadas pelos jornais. Número de fotografias usadas pelos jornais. Primeiras páginas com menção à morte das celebridades. Principais géneros jornalísticos utilizados ao longo dos anos.
O tratamento noticioso das mortes ocupa mais espaço nos jornais nos dias imediatamente após o falecimento da personalidade.	RQ-1) Qual o número de artigos publicados nos jornais nos dez dias após ter sido noticiada a morte da personalidade? RQ-2) As cerimónias fúnebres ou novas informações sobre a morte das celebridades justificam novas capas sobre o assunto?	Número de peças que falam sobre a morte das celebridades nos onze dias seguintes à sua morte. Primeiras páginas dos onze dias seguintes à morte da personalidade. Géneros jornalísticos predominantes nos artigos dos onze dias após a morte da personalidade.
As efemérides das mortes são assinaladas como forma de recordar a personalidade falecida.	RQ-1) As efemérides das mortes das celebridades (um mês, seis meses, um ano e dez anos) são assinaladas nos jornais? RQ-2) Qual o espaço e destaque que	Número de peças nas datas que assinalam a efeméride (um mês, seis meses, um ano e dez anos). Número de fotografias publicadas no âmbito da

	cada jornal dedica às efemérides?	efeméride. Géneros jornalísticos predominantes nos artigos que assinalam as efemérides. Destaque nas capas dos dias em que são assinaladas as efemérides.
Quanto mais importante a personalidade, maior a cobertura em espaço.	RQ-1) A categoria da personalidade está diretamente ligada ao espaço que a cobertura da sua morte ocupa nos jornais?	Número de páginas onde o jornal referencia a personalidade. Número de peças sobre a morte das celebridades publicadas pelos jornais. Número de fotografias usadas pelos jornais.

Fonte: Elaboração própria

Também aqui decidimos encontrar hipóteses que orientem a nossa pesquisa do ponto de vista qualitativo.

Tabela 2 – Hipóteses para uma análise de conteúdo qualitativa

Hipótese	Perguntas de investigação (research questions)	Variáveis
Nas notícias veiculadas pelos três jornais o conteúdo informativo é o mesmo.	RQ-1) Quais os temas abordados pelos jornais quando relatam a morte de uma personalidade? RQ-2) Existe uma mimetização dos conteúdos informativos no que diz respeito à cobertura noticiosa da morte das celebridades?	Conteúdo redigido das notícias publicadas pelos três jornais.
O texto noticioso apresenta marcas de subjetividade que atribuem qualidades à personalidade ou que denotam o sentimento de perda comum aos que admiravam a figura pública falecida.	RQ-1) O texto da notícia socorre-se do uso de adjetivos e assume uma tendência elogiosa para descrever a personalidade em causa? RQ-2) O jornalista faz juízos de valor (positivos ou negativos) sobre quem foi a celebridade em vida e o que representa a sua perda depois de morta? RQ-3) É audível a voz do jornalista ou detetamos marcas de subjetividade na notícia?	Conteúdo escrito das notícias publicadas pelos três jornais.
Existem mudanças na cobertura jornalística da morte das celebridades que refletem as	RQ-1) Os jornais recorrem ao sensacionalismo no âmbito do tratamento noticioso da morte das	Referências à vida pessoal e a emoções públicas no conteúdo escrito das notícias

alterações do jornalismo nos últimos 46 anos.	celebridades?	e nas imagens publicadas pelos três jornais.

Fonte: Elaboração própria

3.2.4 Universo de análise e amostra

Ferin (2012: p.83) lembra que a análise de conteúdo exige a definição de um *corpus*, ou seja, conjunto de materiais sobre os quais incidirá a análise. Também Wimmer e Brodick (2001: p.161) sublinham que a definição do universo de análise é uma tarefa que deve ajudar a criar fronteiras do que irá ser considerado.

O universo de análise que iremos levar em consideração, temporalmente, diz então respeito às edições do Correio da Manhã, do Jornal de Notícias e do Diário de Notícias dos onze dias seguintes às mortes das 20 figuras públicas. Incluiremos ainda na análise as edições do Correio da Manhã, do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias das efemérides das mortes acima enunciadas: um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos, estas duas últimas nos casos em que for possível.

Quanto à amostragem em função das datas, já aqui definimos o período temporal adequado a esta análise, uma vez que assumimos como referência a data do falecimento das figuras públicas selecionadas. Assim, faz sentido optar pelas edições seguintes ao seu falecimento: 11 dias após as mortes seria um período de tempo suficiente para perceber os ecos destas mortes nos três jornais diários. Esta amostra por conveniência aplica-se ainda às efemérides das personalidades dos casos em estudo: um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos.

3.2.5 Unidades e categorias de análise

Segundo Quivy e Campenhoudt (1992: p.79), a observação é a quinta etapa de investigação e engloba o confronto dos factos com o modelo de análise estabelecido. É a fase de reunir informações, que mais tarde serão discutidas. Para tal, é necessário conceber alguns instrumentos e delimitar o campo de análise.

Ferin alerta para a necessidade de formular "categorias unívocas de análise" (2012: p.83), ou seja, "categorias fundamentadas teoricamente e justificadas, de forma a atenuarem as ambiguidades de interpretação, utilizando-se para tal um instrumento de registo de definições a que se dá o nome de *code book*".

As unidades de análise deste estudo são as peças jornalísticas e também as imagens que integram o conteúdo dos jornais. Entende-se aqui a unidade de análise como o mais pequeno elemento da análise de conteúdo e, também, o elemento mais importante (Wimmer e Brodick, 2001: p.164).

Foi preciso, então estruturar as categorias de análise, pois nem todas as informações dentro de um jornal são iguais, e não só variam os géneros jornalísticos, como varia a extensão dos artigos e os destaques das primeiras páginas. Assim, criámos categorias para classificar as peças analisadas e também para identificar o posicionamento dos conteúdos nas capas dos jornais. Seguimos o critério da exaustividade (todo o conteúdo a estudar está incluído nas categorias), exclusividade (cada categoria tem os seus próprios elementos, os quais não podem pertencer a nenhuma outra), objetividade (as fronteiras de cada uma das categorias de análise devem estar explicitadas, e ser suficientemente claras, procurando evitar ambiguidades) e pertinência (relação com os objetivos e o conteúdo classificado).

O facto de termos definido *a priori* as nossas categorias para os géneros jornalísticos, não significou que não tivéssemos de proceder a ajustamentos de acordo com o *corpus* em análise. Com efeito, no decorrer da pesquisa introduzimos novas categorias: a foto-legenda, a biografia, a cronologia e as vozes.

Tabela 3 – Categorias de análise segundo género jornalístico

Género	Descrição
Artigo de Opinião	Texto individualizado que veicula uma opinião, que não tem um propósito necessariamente informativo, mas que vincula o seu autor, e que pode ser ocasional ou ter uma periodicidade fixa. Está devidamente identificado pela assinatura do seu autor e o facto de se tratar de um texto de opinião está normalmente identificado no jornal. Martinez Albertos (1974: 78) define o artigo como uma exposição de ideias a propósito de acontecimentos que tenham sido noticiados recentemente.
Biografia	Texto informativo que se foca, maioritariamente, na descrição da vida pessoal e profissional, com preferência para apenas uma das categorias ou abordando ambas, de uma determinada pessoa. Segundo Martin-Lagardette (1998: 67), que lhe chama retrato, a biografia "desenha a personalidade de alguém (conhecido ou não) através das suas características: biografia, actividades, declarações, maneira de ser, aparência física…".
Breve	Texto noticioso informativo de relato conciso e fatual de um acontecimento. Da breve faz parte "a informação bruta, seca, dada com um mínimo de palavras", sendo que este género se limita "a relatar os factos, sem nenhum comentário" (Martin-Lagardette, 1998: 58). Convencionou-se, para efeitos deste estudo, que nesta categoria cabem apenas notícias que tenham entre um e quatro parágrafos.
Crónica	Texto híbrido, que apresenta caraterísticas do jornalismo e da literatura, que pode conter certos elementos criativos e outros fatuais, na medida em que conjuga níveis

	diversos de observação, informação e comentário (Carmelo, 2008: 37). O seu autor está devidamente identificado e o facto de se tratar de uma crónica pode estar, ou não, identificado no jornal. O que torna este género jornalístico específico é o facto de o autor da crónica (que pode ser, ou não, um jornalista) ser a fonte principal daquilo que é relatado e ainda que haja referência a outras opiniões, isto acontece sempre do ponto de vista do cronista, que "relata sobretudo o que experimenta, o que reflecte, o que vive e o que conhece numa condição essencialmente testemunhadora" (Carmelo, 2008: 38).
Cronologia	Elemento textual e visual que elenca, de forma ordenada, cronologicamente, os feitos, a obras ou a vida de uma dada pessoa ou acontecimento. Trata-se do "complemento da informação principal (seja ela reportagem ou notícia), com dados cronológicos dos acontecimentos" (Dias *et al cit. in* Marques de Melo e Assis, 2010:115). Para Marques Melo (*cit. in* Marques de Melo e Assis, 2010:120) é "a reconstituição do acontecimento de acordo com variáveis temporais", permitindo, por isso, melhor compreensão dos acontecimentos através da ilustração de acontecimentos ancorados no fator tempo.
Editorial	Artigo de opinião, cuja autoria pertence a um dirigente do jornal em causa e que expressa a visão do jornal, devendo estar em consonância com a sua linha editorial, o que significa que "compromete a responsabilidade moral do jornal" (Martin-Lagardette, 1998: 63). Segundo Carmelo (2008: 119), "o editorial corresponde sobretudo à consciência do jornal" e "uma das suas principais funções é poder contribuir para o entendimento, no espaço público, do significado e da consequência da imprensa livre e responsável". Pode ser escrito e assinado pelo diretor do jornal, ou por quem o substitua, nomeadamente diretor-adjunto, chefe de redação ou até editor de uma secção do jornal. Seja quem for o seu autor, o editorial é sempre um texto que denota opinião e que expressa o ponto de vista do meio de comunicação social a respeito das notícias que publica (Martinez Albertos, 1974:143)
Entrevista	Texto que resulta e vive das respostas dadas por um entrevistado a uma série de perguntas, podendo ser apresentado em sequência de perguntas e respetivas respostas ou com a integração das respostas num enunciado contextualizador. Segundo Martin-Lagardette (1998: 75), "a entrevista é um duelo (nem sempre amigável), uma troca de armas verbal, onde dois protagonistas (entrevistado/jornalista) devem prestar as suas provas e provocar uma mútua consideração".
Foto-legenda	Unidade noticiosa em que a fotografia se destaca e que contém um pequeno texto descritivo a acompanhar a imagem, maior do que uma linha de legenda.
Inquérito	Pergunta direta, seguida de uma resposta também direta, que visa aferir sobre a opinião de uma ou mais pessoas em relação a um tema específica que motivou a pergunta. Segundo Martin-Lagardette (1998: 68), pode ser "uma espécie de curta sondagem".
Notícia	Texto noticioso informativo relativamente extenso, que relata um acontecimento de qualquer ordem temática. Segundo Martin Vivaldi (*cit. in* Martinez Albertos, 1974:87) define-se como o género jornalístico por excelência que dá conta, de um modo sucinto, mas de forma completa, de um acontecimento atual ou atualizado, digno de ser conhecido ou divulgado e com repercussão do ponto de vista do público. Convencionou-se, para efeitos deste estudo, que nesta categoria cabem apenas notícias que tenham mais de quatro parágrafos.
Reportagem	Texto noticioso que cruza vários géneros jornalísticos tradicionais e utiliza diversos pontos de vista narrativos, tendendo a mostrar, mais do que a dizer, pois vive da reconstrução de cenários reais. Segundo Martin-Lagardette (1998: 72), trata-se de "um testemunho directo encenado com arte", uma vez que "exige tempo e disponibilidade pois é necessário ir ao terreno". O texto de reportagem não segue as

	tradicionais estruturas informativas, como por exemplo a pirâmide invertida, na medida em que a sua estrutura é adequada ao tema e à abordagem (Bernal e Chillón *cit. in* Carmelo, 2008: 105). A reportagem visa aprofundar um facto, "abordando temas e situações que o envolvem, legitimam e configuram", o que leva a que o texto não tenha, muitas vezes, uma conclusão estrita nem definitiva: trata-se de um discurso ancorado "nas vozes que ganham *eco directo* ao longo da montagem final do texto" (Carmelo, 2008: 106). O conteúdo versa sobre a explicação de acontecimentos atuais, que já não são necessariamente objeto de notícia (Martinez Albertos, 1974:76) e a linguagem permite uma certa liberdade expressiva que não tem cabimento na notícia informativa (Martinez Albertos, 1974:102).
Vozes	Unidade textual e/ou visual que coloca em discurso direto a opinião de uma ou mais pessoas a quem foi pedido o comentário sobre um determinado acontecimento.

Fonte: Elaboração própria

No que toca às primeiras páginas dos jornais analisados, foi necessário delimitar o que constitui o destaque em cada jornal, tarefa que nem sempre foi fácil, sobretudo tendo em conta os jornais das décadas de 70 e de 80 que, muitas vezes, utilizavam as suas primeiras páginas para colocar notícias cuja continuação podia ser lida no interior. Além disso, muitos destes jornais davam destaques semelhantes aos seus títulos de primeira página, quer em posicionamento, quer no que diz respeito ao tipo de letra. Assim, procurámos balizar o máximo possível as nossas categorias.

Tabela 4 – Categorias de análise segundo os destaques de primeira página

Destaque	Descrição
Chamada	Título de primeira página cujo posicionamento é secundário face à manchete e face à foto de capa.
Foto de Capa	Título secundário de primeira página, onde o conteúdo dominante é a imagem, e que aparece numa configuração secundária face à manchete, mas com maior destaque do que a chamada.
Inteira	Capa de um jornal que é inteiramente dedicada a um tema, incluindo o cabeçalho, com a possibilidade de existir alguma publicidade, ou mesmo alusões a outros temas, desde que o espaço que ocupa o tema principal ocupe, pelo menos, o triplo do espaço do restante conteúdo.
Manchete	Título principal da primeira página de um jornal, assim considerado por ter o maior tipo de letra, por se encontrar o mais próximo possível do topo da página ou por ocupar a maior área da capa do periódico.
Referência	Considera-se referência de primeira página, sempre que o nome da personalidade ou o acontecimento são mencionados numa chamada, numa foto de capa ou numa manchete em que o tema principal é outro.

Fonte: Elaboração própria

4 Análise dos resultados

Entramos agora na penúltima etapa da investigação: a análise das informações, cumprindo o objetivo da verificação empírica, considerando que podem surgir factos inesperados e que ultrapassem as hipóteses previamente colocadas (Quivy e Van Campenhoudt, 1992: p.211).

Começaremos por elencar os dados recolhidos caso a caso, por ordem cronológica da morte de cada uma das figuras públicas. Faremos a análise do ponto de vista quantitativo e também qualitativo, em cada um dos jornais, e procurando responder a cada uma das perguntas colocadas na sequência das hipóteses que assumimos, mas também a questões que nos poderão surgir ao longo da análise. Seguidamente sistematizaremos algumas conclusões e, por fim, olharemos para os resultados do ponto de vista global.

Assim, na análise, começaremos por contextualizar a biografia e as circunstâncias da morte da personalidade em estudo. Seguidamente analisaremos todas as capas de jornais que contiverem referências à personalidade em causa, abordando o destaque das primeiras páginas e do tema que motiva esse mesmo destaque. Seguir-se-á a análise do dia seguinte à morte da figura pública, com a explicitação do número de páginas que contêm referências à individualidade, do número de artigos e de imagens, salvaguardando diferenças de tratamento entre os três jornais e particularizando a cobertura feita por cada um dos periódicos, nomeadamente no que diz respeito aos géneros jornalísticos e aos conteúdos informativos. Posteriormente far-se-á a explicitação dos dez dias após ter sido dada a notícia da morte da personalidade em causa, abordando o número de páginas que referenciam o tema, o número de artigos e de imagens publicados. Também neste campo faremos a devida diferenciação entre jornais e daremos particular atenção aos géneros jornalísticos utilizados e aos conteúdos informativos que justificam novas peças na sequência do falecimento. Analisaremos em seguida as efemérides, com especial enfoque para o que motiva a inserção de conteúdos sobre a personalidade nos dias em que se completar um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos sobre a sua morte. A análise das efemérides dos dez anos após a morte só será possível para casos ocorridos até 2005, inclusive, sucedendo de forma idêntica com as efemérides que marcam os 20 anos do falecimento de alguma personalidade, que integra apenas as situações ocorridas até 1995, inclusive. As imagens também serão alvo de análise, nomeadamente contabilizando o

número de fotografias que acompanham os artigos onde se referencia a personalidade falecida e enumerando quantas destas são retratos da figura em vida e depois de morta, bem como qual a categoria dominante em que se inserem as cenas que a fotografia retrata. Por fim, serão abordadas as marcas de subjetividade detetadas no texto informativo, nomeadamente no que diz respeito à utilização de adjetivos e de elementos que denotam uma proximidade/empenhamento entre o jornalista e o objeto da notícia que ele assina. Tal como já referimos, para a análise da adjetivação, considerámos apenas os textos informativos e deixámos de lado os artigos de opinião onde, à partida, o cariz elogioso não será surpresa nem desadequado. Também já foi aqui explicitado que não considerámos adjetivos colocados entre aspas, ou atribuídos, através do discurso indireto, às fontes de informação da notícia.

Explicados que estão os pressupostos da análise dos estudos de caso, olhemos cada um deles de forma pormenorizada.

4.1 António de Oliveira Salazar

António de Oliveira Salazar nasceu a 28 de abril de 1889 na localidade de Vimieiro, no concelho de Santa Comba Dão. Oriundo de uma família profundamente católica e dedicada ao trabalho, revelou-se, desde cedo, um aluno brilhante (Meneses, 2009: p.21). Em 1900 integra o Seminário em Viseu, iniciando aí os seus estudos, e cinco anos depois ingressa no curso teológico, em Viseu, que terminou em 1908, com 16 valores. No Vimieiro era já chamado o "padre Salazar", no entanto decide seguir um caminho diferente, acabando por assumir funções como professor no colégio religioso, Via Sacra, em Viseu (Meneses, 2009a: pp.26-30).

Em 1910 Salazar inscreve-se na Universidade de Coimbra: primeiro na Faculdade de Letras e mais tarde na Faculdade de Direito. Em 1914, Salazar termina o curso de Direito, com média de 19 valores, e tornou-se assistente, como professor de Ciências Económicas e Financeiras na Faculdade de Direito. Em 1921 foi eleito para o parlamento e nomeado para a Comissão do Orçamento, Estatística e Ensino Superior, mas a legislatura terminou no mesmo ano, com o assassinato do então primeiro-ministro, António Granjo.

Após o golpe de Estado de 28 de maio de 1926, Salazar é convidado para Ministro das Finanças do governo liderado por José Mendes Cabeçadas, cargo que assume durante pouco tempo. Em 27 de abril de 1928, Salazar toma posse como Ministro das Finanças,

após um mandato popular ganho pelo General Óscar Carmona, que nomeou como primeiro-ministro José Vicente de Freitas e que o escolheu para o cargo ministerial. A sua ambição política permitiu-lhe ter poderes reforçados enquanto Ministro das Finanças e na sequência de uma crise política que levou à demissão do primeiro-ministro, Salazar soma à pasta das finanças, a das colónias.

A 28 de junho de 1932, Domingos de Oliveira, presidente do ministério, demite-se e Salazar é chamado a formar governo, tendo assumido os destinos do país no dia 5 de julho (Meneses, 2009a: pp.110-111). Ao assumir a Presidência do Conselho de Ministros, a 5 de Julho de 1932, Salazar assumia um Estado Novo, apolítico, preocupado com a sua própria sobrevivência, confundida com o interesse nacional, e com a preservação da ordem e da obediência. A Constituição de 1933 assinala definitivamente a transição da ditadura militar para a ditadura do Estado Novo.

Salazar foi o líder da ditadura do Estado Novo até 1968. Nestes 35 anos de liderança governativa, reafirmou a veia nacionalista que caracterizava o regime, mantendo uma necessidade de sublinhar a grandeza do país e dos seus feitos.

Em 3 de Agosto de 1968, Salazar cai de uma cadeira, no forte do Estoril, a sua residência de férias, episódio que se viria a somar a uma situação de saúde cada vez mais débil. Face à deterioração do seu estado de saúde era necessário nomear um novo Presidente do Conselho, o que aconteceu a 28 de setembro de 1968, quando Marcello Caetano substitui António de Oliveira Salazar no cargo. Os últimos dois anos de vida de Salazar foram passados com o ex-Presidente do Conselho a acreditar que ainda exercia funções de chefia governativa, num estado de semi-lucidez coadjuvado pela fixação de permanecer na residência oficial do governo, continuar a receber ministros e a discutir política, sem ter acesso aos meios de comunicação social e com as suas faculdades a diminuírem cada vez mais (Nogueira, 1985: pp.434-435).

Salazar morreu a 27 de julho de 1970 e o Conselho de Ministros reúne no próprio dia decretando três dias de luto nacional. O velório acontece a 28 de julho, de São Bento para o Mosteiro dos Jerónimos, onde se realizam as exéquias no dia seguinte. O funeral realiza-

se de Lisboa para Santa Comba Dão, numa viagem de comboio onde embarcaram centenas de personalidades ligadas a Salazar[35].

De realçar que o Correio da Manhã só começou a publicar-se a 19 de março de 1979, pelo que no caso da morte de Salazar foram objeto de análise 30 edições do Diário de Notícias e Jornal de Notícias – 15 de cada título – que dizem respeito aos onze dias após a morte: de 28 de julho a 7 de agosto de 1970. Incluímos ainda na nossa análise as efemérides: 27 de agosto de 1970, 27 de janeiro de 1971, 27 de julho de 1971, 27 de julho de 1980 e 27 de julho de 1990. No caso destas duas últimas efemérides incluímos as edições do Correio da Manhã, que já existia em 1980.

4.1.1 Primeiras páginas

No dia após a morte de Salazar, 28 de julho de 1970, os dois jornais aqui analisados[36] – Diário de Notícias e Jornal de Notícias – deram ao acontecimento a totalidade das suas capas, o que se reveste de alguma importância, na medida em que, no ano de 1970, a capa dos jornais não servia de montra nem de índice do seu conteúdo. Muitas vezes ela continha notícias e a divisão entre manchetes e chamadas não era bem visível, o que podia trazer para a primeira página do jornal mais de uma dezena de temas.

O Diário de Notícias (Ilustração 2) optou por um título a negro, onde se lê "Definitivamente na história – Luto geral e funeral nacional". A primeira página do dia após o falecimento de Salazar tem uma imagem do estadista em vida, ainda em exercício de funções, e uma imagem do seu corpo, já morto, na sua cama, ladeado pela sua governanta.

No Jornal de Notícias (Ilustração 2), a morte de Salazar também é notícia de página inteira, mas a capa inclui um rodapé, no fundo da página, que refere outra notícia acerca da morte de quatro deputados na Guiné. O jornal publica o seu retrato, já algo debilitado, e escolhe para título da manchete a informação "Será sepultado no Vimieiro o corpo do presidente Salazar".

[35] As apresentações biográficas que fazemos têm por objetivo fazer enquadramentos essenciais, que nos ajudem a melhor compreender as coberturas jornalísticas em análise. Procedemos, no entanto, a um levantamento biográfico mais exaustivo, que pode ser consultado a partir dos Apêncides. No que se refere a António de Oliveira Salazar, veja-se, a este propósito, o Apêndice 1.1.1.

[36] O Correio da Manhã só começou a ser publicado em 1979, pelo que ainda não se inclui na análise.

Ilustração 2 – Primeiras páginas: Salazar



Legenda: Primeiras páginas do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 28 de julho de 1970.

Além da capa inteira que publicou no dia após a morte de Oliveira Salazar, o Diário de Notícias regista seis novas menções ao antigo presidente nos dias subsequentes, na medida em que passaram três dias entre a sua morte e o seu funeral: três capas inteiras e três chamadas. Por sua vez, o Jornal de Notícias referencia Salazar em três capas, além daquela dedicada à primeira notícia da sua morte: duas inteiras e uma manchete.

No dia após a morte de Salazar ambas as capas são inteiras, na medida em que foram consagradas aos ecos da morte de Salazar, sendo apenas de referir o facto de o Jornal de Notícias ter inserido outro assunto na sua primeira página. Como já referimos, nesta época as capas tratavam várias matérias e continham uma componente textual acentuada. A inserção de várias chamadas sobre um único assunto, bem como a predominante componente visual, denota a importância do acontecimento. Ainda assim, existem algumas diferenças no que toca às opções editoriais de cada um dos jornais, nomeadamente a imagem da personalidade escolhida. Se no Diário de Notícias encontramos um Salazar ativo e em pleno exercício de funções como Presidente do Conselho, o Jornal de Notícias parece querer recordar o antigo Chefe de Estado na fase em que se encontrava mais debilitado. Por outro lado, o Diário de Notícias optou por colocar também uma imagem de Salazar morto, deitado na cama, como se fosse preciso uma prova. Em comum os jornais têm a inserção de uma citação de Marcello Caetano, retirada da mensagem que o então Presidente do Conselho havia dirigido ao país. O Diário de Notícias selecionou um excerto

mais elogioso do papel que Salazar teve à frente dos destinos do país, enquanto o Jornal de Notícias optou pela frase singela "Foi um homem!".

Tendo em consideração os destaques em primeira página, podemos concluir que o Diário de Notícias foi o jornal que ocupou mais espaço nas suas capas com a morte de António de Oliveira Salazar, tal como confirmamos no Gráfico 1. O Jornal de Notícias dedicou-lhe três capas inteiras e uma manchete, por contraposição com as quatro edições de capa inteira e outras três com chamadas de primeira página, no Diário de Notícias. O facto de o Diário de Notícias ter sido considerado durante largos anos como o jornal oficial do regime não é estranho a este tratamento e à maior atenção que a morte do anterior Presidente do Conselho mereceu.

4.1.2 O dia seguinte

No dia após a morte de António de Oliveira Salazar, os jornais referenciaram o tema em 23 das suas páginas, publicaram 94 notícias e 109 imagens.

O Diário de Notícias, que já havia publicado uma edição às 12h00 do dia anterior, com a notícia da morte de Salazar, dedica 16 páginas ao acontecimento, no dia após o falecimento do ex-Presidente do Conselho de Ministros. São 15 páginas inteiras, num total de 32 páginas daquela edição, o que significa que metade da edição (46,875%) foi consagrada a um só tema: a morte de Salazar. No total, o periódico publicou 82 imagens e 63 peças, maioritariamente foto-legendas (21), breves (16) e notícias (13), mas também biografias (seis), artigos de opinião (três), vozes (um), cronologia (uma), crónica (uma) e reportagem (uma).

O Jornal de Notícias destinou sete das suas 22 páginas ao tema, cinco das quais foram inteiramente preenchidas com notícias sobre a morte de Salazar. Portanto, em mais de 31% das páginas do jornal aparecem referências a este acontecimento. O periódico publicou 27 fotografias e 31 artigos, a maioria dos quais breves (14) e notícias (9), a par com biografias (quatro), cronologias (duas), um artigo de opinião e uma reportagem.

A cobertura do Diário de Notícias destaca-se por ser aquela que destinou mais espaço ao falecimento do antigo Presidente do Conselho de Ministros, com 63 notícias inseridas em 16 páginas, que continham ainda 82 fotografias. O Jornal de Notícias, nas sete páginas onde referenciou o acontecimento, publicou 31 notícias e 27 fotografias, cerca de metade do conteúdo do primeiro. No dia seguinte à morte de António de Oliveira Salazar, o facto

de o Diário de Notícias referenciar o tema em metade da sua edição e o Jornal de Notícias ocupar 30% das suas páginas com o acontecimento levam-nos a concluir pelo maior grau de atenção conferida pelo Diário de Notícias (Gráfico 1). Quanto aos pontos comuns entre os dois jornais, parece-nos claro que ambos procuram elencar extensivamente a vida e obra de Salazar, bem como todas as mensagens de condolências, reações à morte e homenagens espoletadas pelo falecimento do ex-Chefe de Estado. Existe, por parte dos dois periódicos, uma tentativa de mostrar a relevância de Salazar, sobretudo no plano internacional, expondo os sentimentos de pesar manifestados por pessoas e instituições. O facto, por exemplo, de os dois jornais escreverem peças sobre o ambiente de tristeza nas colónias portuguesas pode ser visto como forma de legitimar a ação do Governo naqueles países.

Quanto às diferenças de tratamento, além da extensão, de realçar ainda a ausência de artigos de opinião no Jornal de Notícias.

4.1.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguiram à publicação da notícia da morte de Salazar, de 29 de julho a 7 de agosto de 1970, os dois jornais referenciaram a personalidade em 45 das suas páginas, o que se traduz em 179 artigos e 84 fotografias.

O Diário de Notícias referenciou Oliveira Salazar em 31 páginas, durante os dez dias após ter dado a notícia da sua morte, o que representa 12,6% do total de páginas. A maioria destas páginas são publicadas nos dias a seguir ao velório e ao funeral, mas é importante realçar que o jornal nunca deixou de fazer menção ao estadista em nenhuma das edições do período em análise. Das 31 páginas, seis são capas do jornal, pelo que o tema fez capa durante seis dos dez dias. O Diário de Notícias publicou 61 imagens e 110 artigos, maioritariamente breves (50) e notícias (42), mas também vozes (cinco), foto-legendas (cinco) reportagens (quatro) e artigos de opinião (três).

O Jornal de Notícias referencia Salazar em 14 páginas, das quais três correspondem às capas do jornal. Falamos, pois, de 5,7% do total das páginas destas dez edições. Durante os dez dias após ter dado a notícia da morte de Oliveira Salazar, o periódico escreve 69 peças sobre o acontecimento, maioritariamente breves (41) e notícias (23), mas também vozes (três) e reportagens (duas). Ao todo foram publicadas 23 imagens.

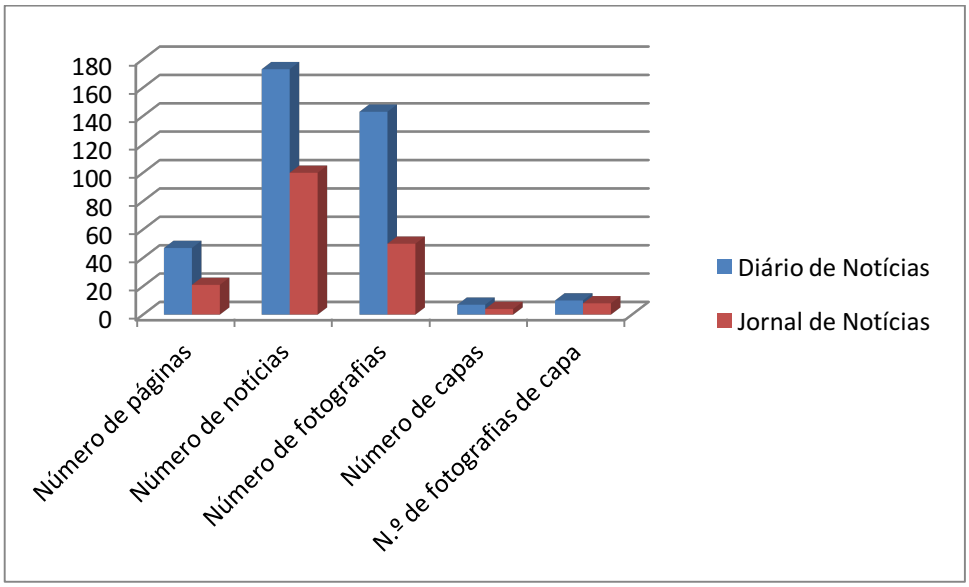
Registámos uma diferença significativa entre o tratamento do Diário de Notícias (110 artigos e 61 imagens), bastante mais extenso, e a cobertura do Jornal de Notícias (69 artigos e 23 imagens), que rondou um pouco mais de metade do periódico concorrente.

Em ambos os jornais, a grande maioria do conteúdo informativo assenta num exaustivo elencar das pessoas que marcaram presença nas diversas cerimónias ou homenagens a Salazar, bem como na minuciosa atenção que é dedicada a todas as pessoas ou jornais que exprimam a menor reação de pesar à morte do antigo estadista. A diferença encontra-se na amplitude da cobertura, uma vez que a percentagem de páginas em que o acontecimento é mencionado no Jornal de Notícias é menos de metade do verificado no Diário de Notícias. Dois dias após a morte de Salazar, o Diário de Notícias chega mesmo a ocupar duas páginas inteiras com as mensagens de condolências, sendo que após o funeral, todos os dias, na página 2 do jornal, são publicadas as missas e homenagens em memória de Salazar. De facto, até ao 11.º dia de análise o Diário de Notícias continuou a elencar as missas realizadas por alma de Salazar, uma opção que, na nossa opinião, assume um cariz de mobilização das pessoas.

Ainda a destacar o facto de apenas o Diário de Notícias conter um editorial, sinal da maior importância que o periódico atribuiu ao acontecimento. Quanto ao Jornal de Notícias, este não publica qualquer artigo de opinião sobre Salazar.

Se analisarmos os onze dias após a morte da personalidade, patentes no Gráfico 1, concluímos que o Diário de Notícias mencionou o acontecimento em 16,9% do total das páginas das edições aqui analisadas. A percentagem do Jornal de Notícias é de 7,8%, em linha com os restantes dados quantitativos (artigos e imagens).

Gráfico 1 – António de Oliveira Salazar: os onze dias após a morte



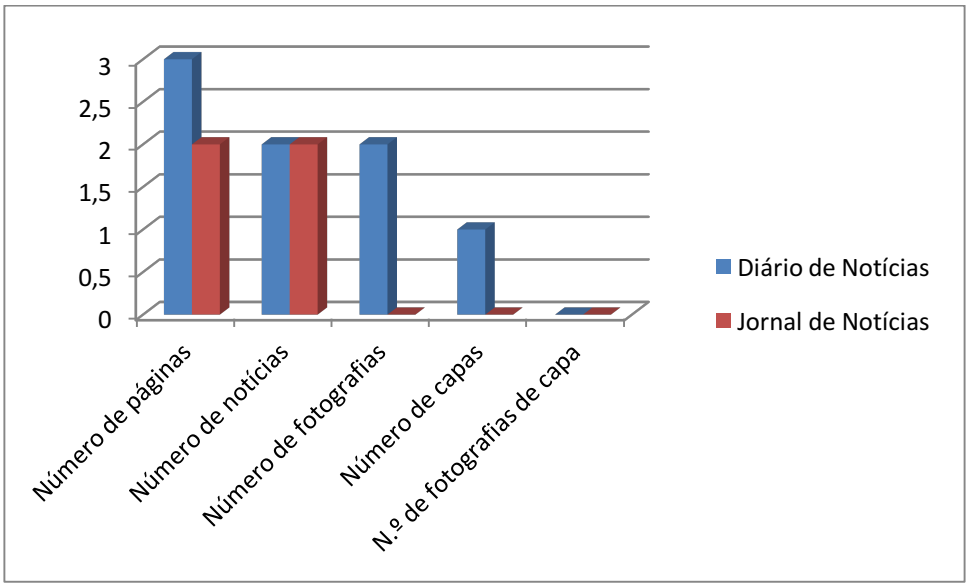
Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.1.4 As efemérides

No que toca às efemérides, apenas o primeiro mês e o primeiro ano passados sobre a morte de Salazar foram assinalados (Gráfico 2). Talvez a memória de uma ditadura que havia terminado poucos anos antes, e que deixou marcas profundas no país, ajudem a explicar a ausência de qualquer referência ao ex-chefe de Estado no dia em que se completaram dez anos sobre a sua morte, 27 de julho de 1980, e na data em que se assinalavam duas décadas do seu falecimento, 27 de julho de 1990. Ainda assim, e apesar desta ausência, não podemos esquecer que, em março de 2007, António de Oliveira Salazar foi eleito "o maior português de sempre" no programa da RTP, "Grandes Portugueses", somando 41% dos votos do público.

O Diário de Notícias assinala o primeiro mês e o primeiro ano após a morte de Salazar. Depois da cobertura da morte e exéquias do chefe de Estado, o Jornal de Notícias apenas volta à questão para fazer referência às iniciativas agendadas ou realizadas para marcarem os 30 dias após a sua morte. A notícia tem bastante menos destaque do que a que foi publicada pelo Diário de Notícias e não exibe qualquer imagem.

Gráfico 2 – António de Oliveira Salazar: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.1.5 As imagens

No que toca às imagens (Gráfico 3), e considerando que o início dos anos 70 ainda apresentava algumas dificuldades técnicas de reprodução da fotografia, ambos os jornais publicaram 193 fotografias no âmbito das peças escritas sobre Oliveira Salazar. O número não deixa de ser impressionante, sendo de salientar que quase três quartos destas imagens estão no Diário de Notícias.

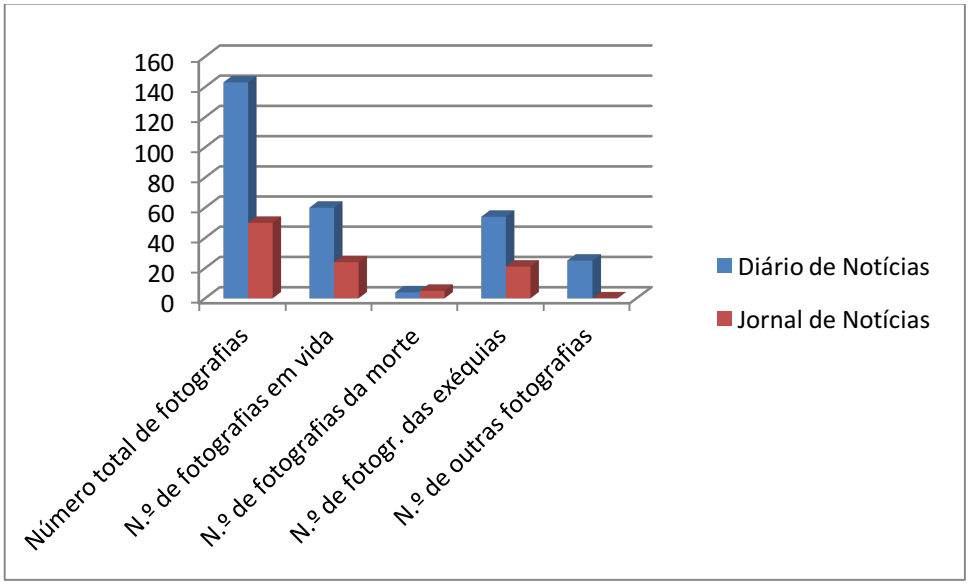
O Diário de Notícias publicou 143 fotografias, 60 das quais são retratos da vida pública de Oliveira Salazar. Registámos ainda a presença de 58 imagens das cerimónias fúnebres. De realçar que foram publicadas quatro imagens do corpo de Salazar, dentro do caixão, uma das quais permite ver com clareza o féretro.

Nas onze edições do Jornal de Notícias foram publicadas 50 fotografias, 24 retratos de Oliveira Salazar e 26 imagens das exéquias e homenagens que tiveram lugar. O periódico publicou cinco fotografias do cadáver, sendo que duas dessas imagens mostram o corpo morto do antigo Presidente, em primeiro plano, perfeitamente identificável. As restantes são imagens panorâmicas onde identificamos o corpo dentro do caixão.

No início dos anos 70 não parecia haver qualquer pudor em publicar imagens do cadáver de uma figura pública e política como a de Salazar. As cerimónias fúnebres foram abertas e prolongadas (passaram-se três dias entre a morte e o funeral), pelo que os jornais optaram

por mostrar imagens do cadáver do antigo Presidente do Conselho. Este "despudor" em mostrar o corpo morto não é condizente com a postura mais contida que encontramos nos jornais atuais, mas pode justificar-se pelo facto de se tratar de uma personalidade de relevo nacional, que comandou o Governo durante 40 anos.

Gráfico 3 – António de Oliveira Salazar: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.1.6 Marcas de subjetividade

Antes de explorarmos as marcas de subjetividade, é importante recordar que estamos a analisar edições de jornais datadas de 1970 e que noticiam a morte do antigo Presidente do Conselho. Assim, é preciso ter em consideração que os jornais desta altura ainda se publicam sob chancela da censura prévia e fazem um tratamento que não poderia deixar de ser parcial, sobretudo por se tratar da morte daquele que foi o líder do Estado Novo durante 36 anos. A voz do jornalista, que aqui procuraremos evidenciar é, por isso, amplificada pela forte carga ideológica afeta aos periódicos desta época, nomeadamente no que toca ao Diário de Notícias que era considerado um jornal do regime. Além disso, é preciso recordar que o estilo de escrita do início dos anos 70 era substancialmente diferente das regras jornalísticas que são hoje aceites e o tom apologético era próprio do tratamento noticioso dos órgãos de comunicação social, em particular os afectos ao regime, encarnado na figura de António de Oliveira Salazar.

Relembradas que estão estas questões, não podemos deixar de salientar que, ainda assim, as marcas de subjetividade encontradas ficam bastante aquém das esperadas. Desde logo

porque são apenas residuais no que diz respeito ao Jornal de Notícias e também porque, em ambos os periódicos, os textos noticiosos são, muitas vezes, uma sucessiva enumeração dos nomes e cargos das pessoas presentes em determinado acontecimento, o que não deixa espaço para tecer grandes considerações sobre a personalidade em causa. A maioria dos exemplos que denotam subjetividade está presente nos textos de reportagem, um género que deixa maior liberdade à expressão das opiniões do jornalista.

Comum aos dois jornais aqui analisados é a forma de tratamento da personalidade. Tanto o Diário de Notícias como o Jornal de Notícias colocam um título antes de referir o nome do político. A forma mais comum de tratamento é "Presidente Salazar", o que não deixa de ser significativo, pois além de utilizarem letra maiúscula na palavra "presidente" (algo que deriva dos livros de estilo dos jornais), atribuem à personalidade um cargo que ela já não detém. Outra das formas de referir a figura é "dr. António de Oliveira Salazar" ou "sr. prof. dr. Oliveira Salazar". Ainda assim, no Jornal de Notícias foi possível encontrar alguns títulos e até algum conteúdo noticioso em que se escreve, somente, "Salazar".

O Diário de Notícias possui vários exemplos de subjetividade nas suas reportagens, sobretudo no que diz respeito à atribuição de qualidades e caraterísticas singulares a António de Oliveira Salazar. Entre os exemplos podemos salientar afirmações como: "foi um dos maiores portugueses de todos os tempos"[37], "Salazar foi o Chefe, foi o Guia excepcional, foi o Construtor de um País"[38]. Ainda os discursos apologéticos, de que são exemplos as citações: "como todos os grandes homens, foi na hora de maior perigo para a Pátria que Salazar se revelou na plenitude do seu carácter, da sua coragem e da sua confiança"[39] ou "alguém que, por mérito próprio, tem direito a ocupar um dos lugares cimeiros na galeria dos grandes espíritos nacionais"[40]. Além disso, o antigo Presidente é descrito como "génio"[41], "humilde"[42], "grande estadista"[43], "português puríssimo"[44] e

[37] "Profunda tristeza em todo o mundo português" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, p.10.
A partir deste momento citaremos em nota de rodapé as referências que dizem respeito ao nosso *corpus* de análise. Ainda que esta opção possa ser questionada pelo facto de estarmos a misturar dois géneros de identificação bibliográfica, considerámos que, ao fazê-lo neste caso concreto, estaremos a facilitar em muito o trabalho do leitor. A apresentação do corpus de análise estará também identificada numa secção à parte da bibliografia, no final deste trabalho.
[38] "Salazar morreu" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, p. 17.
[39] "A política externa e a extraordinária acção diplomática do Prof. Oliveira Salazar" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, pp. 20-21.
[40] "Milhares de pessoas desfilaram perante os restos mortais de Salazar" (1970) *Diário de Notícias*, 29 de julho, p. 8.
[41] "Salazar morreu" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, p. 17.
[42] "Impressionante romagem do povo de Lisboa" (1970) *Diário de Notícias*, 1 de agosto, pp. 1,7.

"figura luminosa"[45]. O texto informativo refere-se ainda a Salazar como "espírito reflectido", possuidor de "independência, elevação, lucidez e bom senso".[46] Entre as marcas de pesar, podemos salientar excertos como: "a dor de o saber desaparecido para sempre não é menor por ter sido angustiosamente esperada"[47] ou "a dolorosa sensação de que morrera de facto o grande português que velara quarenta anos pela segurança da pátria"[48]. Um ano mais tarde o jornal assinala a efeméride, onde podemos registar algumas marcas de subjetividade como as que se seguem: "uma das maiores figuras da política portuguesa deste século (…) estadista incomparável (…) providencial como todos os grandes homens (…) Um ano passou sobre a morte de Salazar. Sem querermos antecipar-nos à história, diremos que o seu nome vive e viverá pelos séculos fora na consciência da Nação". O próprio Diário de Notícias assume, no conjunto de trabalhos que publicou aquando dos 150 anos da sua fundação, que "todos os textos sobre a morte e o funeral de Salazar, sobre a sua vida e ação, são escritos num tom de tal modo apologético, só compreensível pela época que então se vivia" (Raposo, 2014).

A adjetivação está presente em menor número no que diz respeito aos textos noticiosos do Jornal de Notícias. Ainda assim, são utilizados adjetivos como "notável estadista"[49]. "ilustre finado"[50] ou "justo e magnânimo"[51]. Quanto às marcas de pesar, podemos salientar frases como "a própria atmosfera parece quer associar-se à dor que envolve tudo e todos"[52]. Estes exemplos figuram em duas reportagens e numa biografia.

A notória diferença de tratamento entre o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias poderá assentar nas distintas direções que, à época, encabeçavam cada um dos periódicos. O Jornal de Notícias era dirigido por Manuel Pacheco de Miranda, que "não era um esquerdista, mas também não era um homem da situação. Ele entendia que as colónias eram parte integrante de Portugal, mas em relação à censura era arrepiantemente contra. Não era um alinhado" ("Recordar Pacheco de Miranda, 2007), lê-se num artigo em que

[43] "O Progresso da economia" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, p. 24.
[44] "Impressionante romagem do povo de Lisboa" (1970) *Diário de Notícias*, 1 de agosto, p. 1,7.
[45] "A última viagem" (1970) *Diário de Notícias*, 31 de julho, p. 9.
[46] "De professor catedrático a chefe do governo" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, pp. 18,20.
[47] "Salazar morreu" (1970) *Diário de Notícias*, 28 de julho, p. 17.
[48] "Milhares de pessoas desfilaram perante os restos mortais de Salazar" (1970) *Diário de Notícias*, 29 de julho, p. 8.
[49] "Causou profunda emoção a morte do presidente Salazar" (1970) *Jornal de Notícias*, 28 de julho, p. 2.
[50] "Milhares de pessoas assistiram ao funeral do ilustre estadista" (1970) *Jornal de Notícias*, 1 de agosto, pp. 6,12.
[51] *Idem*.
[52] *Idem*.

Freitas Cruz, à época subdiretor, recorda a personalidade. Por seu lado, o diretor do Diário de Notícias em 1970, era Augusto de Castro, que além de jornalista, foi deputado do Estado Novo e ministro de Portugal em Bruxelas:

> "Em 1919, o *Diário de Notícias* foi vendido pela família proprietária à empresa moageira Companhia Industrial de Portugal e Colónias, passando a sociedade anónima e, Augusto de Castro que fora intermediário no negócio assumiu a direção do jornal e passou a defender abertamente os interesses da companhia proprietária, abrindo-se também aos setores políticos, económicos e militares que viriam a tomar o poder em 1926, altura a partir da qual o *Diário de Notícias* era considerado, entre os diários portugueses de maior tiragem, o que mais fielmente reflectia as orientações governamentais" (Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa – Núcleo de Toponímia, 2013).

A ligação de Augusto de Castro com o regime político pode ser vista como uma das justificações para a voz elogiosa e apologética que ressalta dos textos que o Diário de Notícias publica sobre a morte de Salazar. Num desses textos, aliás, menciona-se que Augusto Castro foi uma das figuras que passou pela residência oficial de Oliveira Salazar após ter sido notícia a sua morte.

4.2 Fernando Pascoal Neves "Pavão"

Fernando Pascoal Neves, mais conhecido por "Pavão", por jogar sempre de braços abertos, foi um jogador de futebol da década de 70. Nascido em Chaves, a 12 de julho de 1947, com 11 anos de idade, Fernando Pascoal Neves já era apelidado Pavão por gostar de exibir o peito de braços abertos quando jogava futebol.

Pavão começou por jogar no Desportivo de Chaves, que na época tinha como treinador António Feliciano, onde se manteve até 1964, ano em que começou a jogar com o emblema do Futebol Clube do Porto, na equipa de juniores. Fernando Pascoal das Neves foi "descoberto" por Artur Baeta, à época responsável pelo futebol juvenil e sénior do Futebol Clube do Porto. Os portistas compraram o jogador, que já tinha merecido o interesse do Sport Lisboa e Benfica, por 300 contos. Foi promovido à equipa de honra do Futebol Clube do Porto, em 1965, pela mão de Flávio Costa. Pavão foi titular pela primeira vez, na equipa sénior, num jogo contra o Benfica, aos 18 anos de idade.

Foi titular do clube e chegou mesmo a capitão da equipa. A 16 de dezembro de 1973 jogou-se uma partida entre o Futebol Clube de Porto e o Vitória de Setúbal. Era a 13.ª jornada do campeonato de futebol e, no minuto 13 do jogo, Pavão fez um passe para

António Oliveira, gritou "Vai, miúdo" e caiu inanimado no relvado, em estado de coma. Foi transportado para o Hospital de São João, onde lhe fizeram electrochoques, mas acabou por morrer, cerca de duas horas depois, com apenas 26 anos de idade. José Santana, médico portista, admitiu, então, que a tragédia se devesse à "rotura de vaso sanguíneo, talvez em virtude de uma cabeçada na bola".

Um dos pontos altos da sua carreira foi a conquista da Taça de Portugal na época de 1967/1968, frente ao Vitória de Setúbal. Jogou onze vezes como titular da Seleção Nacional, tendo estreado o emblema das quinas com 20 anos, no jogo de inauguração do Estádio Salazar, em Lourenço Marques, frente ao Brasil. Ao todo fez 229 jogos e marcou 26 golos ao serviço do FC Porto.

O funeral reuniu todos os companheiros do jogador, bem como algumas figuras importantes do futebol, nomeadamente António Simões e Eusébio. O cortejo fúnebre saiu do Estádio das Antas, passando por vários pontos da cidade do Porto, apinhada de público, para ver passar o cortejo. Pavão foi enterrado junto a outras glórias do Futebol Clube do Porto, no cemitério de Agramonte[53].

Quando do falecimento de Pavão, tal como no caso de Salazar, o Correio da Manhã ainda não existia, pelo que este jornal só foi considerado aquando dos cinco e dos dez anos da evocação do seu falecimento. Assim, neste estudo de caso foram analisadas 32 edições do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias, 22 das quais nos dias após a sua morte – 17 a 27 de dezembro de 1973. Uma vez que os jornais não se publicaram a 26 de dezembro, decidimos considerar o dia seguinte, de forma a totalizar onze edições de cada periódico. As restantes dez edições prendem-se com as efemérides do acontecimento – 16 de janeiro de 1974, 17 de junho de 1974 (não houve edição no dia 16 de junho daquele ano), 16 de dezembro de 1974, 16 de dezembro de 1983 e 16 de dezembro de 1993. Foram ainda consideradas as edições do Correio da Manhã de 16 de dezembro de 1983 e 16 de dezembro de 1993.

4.2.1 Primeiras páginas

No dia seguinte à morte de Pavão, 17 de dezembro de 1973, o acontecimento foi destacado nas capas do Diário de Noticias e do Jornal de Notícias, com maior destaque neste último, pelo facto de recorrer a manchete no topo da página (acima do cabeçalho).

[53] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.2.1.

O Diário de Notícias (Ilustração 3) faz uma chamada de primeira página a quatro colunas da morte de Pavão[54]. No fundo da página encontramos uma imagem de Pavão deitado na maca que o transportava para fora do campo e o título "Consternação e luto no futebol – Pavão: a morte em pleno jogo".

O Jornal de Notícias (Ilustração 3) fez manchete do caso, com uma imagem de Pavão, na maca, a ser transportado para fora do campo, e o título "Pavão caiu morto – Drama nas Antas".

Ilustração 3 – Primeiras páginas: Pavão



Legenda: Primeiras páginas do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 17 de dezembro de 1973.

Enquanto o Diário de Notícias apenas cedeu a primeira página ao jogador de futebol no dia a seguir à sua morte, o Jornal de Notícias referenciou o atleta em título de primeira página em mais duas edições, com uma chamada e uma manchete.

Os destaques de capa face à morte de Pavão, no Diário de Notícias e no Jornal de Notícias, mostram que a cobertura do caso mereceu mais atenção por parte deste último (Gráfico 4). A presença das exéquias na capa do Jornal de Notícias não será indiferente à implantação a Norte do país, visto que falamos da morte de um jogador do Futebol Clube do Porto.

[54] Recorde-se que o Diário de Notícias era paginado em oito colunas.

4.2.2 O dia seguinte

No dia seguinte à morte de Pavão, 17 de dezembro de 1973, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias referenciaram o caso em oito das suas páginas, com 13 peças informativas e dez imagens.

No Diário de Notícias foram feitas referências à morte de Pavão em três páginas, uma das quais é a capa do jornal daquele dia. No total foram escritas três peças – um artigo de opinião, uma crónica e uma notícia – e publicadas três imagens.

O Jornal de Notícias referenciou o futebolista em cinco das duas páginas, uma das quais é a capa. No interior do jornal dedicou duas páginas inteiras ao acontecimento e mencionou novamente o nome de Pavão em outras duas páginas. Ao todo foram publicadas sete imagens e dez peças jornalísticas, das quais quatro notícias, três breves, duas biografias e uma reportagem.

O Jornal de Notícias fez a cobertura mais ampla da morte da personalidade, dedicando cinco das suas 28 páginas ao tema (Gráfico 4). Do ponto de vista do conteúdo informativo, aliás, o Diário de Notícias publica o relato do jogo entre o Futebol Clube do Porto e o Vitória de Setúbal e, no decorrer da crónica, menciona a morte de Pavão. O assunto só é desenvolvido como uma notícia independente na página seguinte. Já o Jornal de Notícias, faz o relato do momento da partida em que Pavão caiu inanimado e noticia todos os procedimentos que se seguiram, fazendo ainda notícia da lista de adeptos e dirigentes do Futebol Clube do Porto que passaram pelo hospital onde o futebolista viria a falecer.

4.2.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias após ter sido noticiada a morte de Pavão, período que vai de 18 a 27 de dezembro de 1973, os jornais referenciaram o atleta em 15 das suas páginas e publicaram 27 peças jornalísticas e 21 imagens.

O Diário de Notícias referenciou Pavão em quatro páginas de quatro edições, o que representa 1,58% do total de páginas do jornal publicadas nas edições dos dez dias após ter sido noticiada a sua morte. O periódico publicou um total de cinco artigos – três notícias, uma breve e um artigo de opinião – e uma imagem.

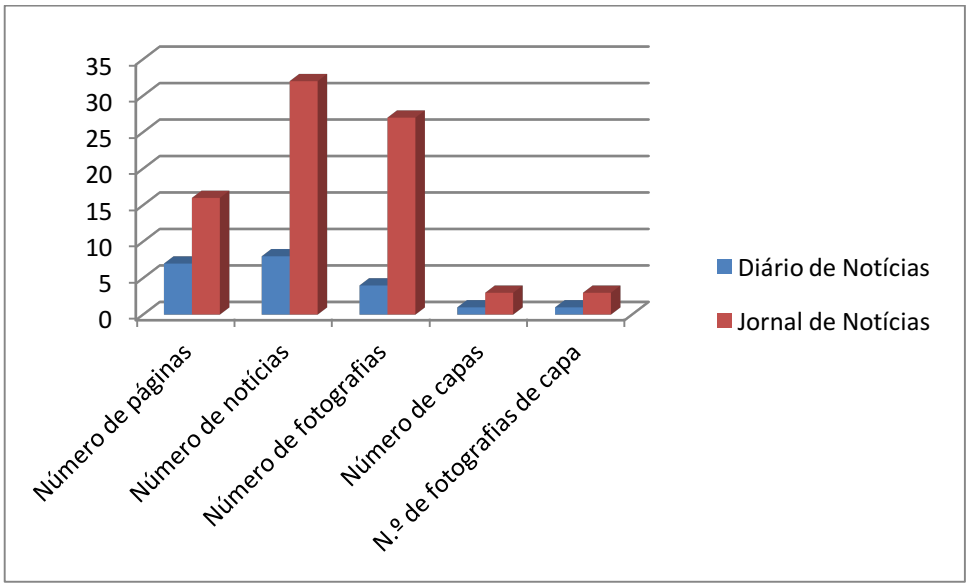
Nos dez dias após ter dado a notícia da morte de Pavão, o Jornal de Notícias mencionou o atleta em 11 das suas páginas, duas das quais foram capas, tal como referimos acima, o que

representa 5,14% do total de páginas das dez edições do jornal. Durante o período em análise, foram publicadas 20 imagens e 22 artigos: dez notícias, seis breves, três foto-legendas, duas reportagens e um artigo de opinião.

No que diz respeito aos onze dias após a morte de Pavão (Gráfico 4), confirmamos a tendência que já havia ficado expressa na análise da primeira edição: o Jornal de Notícias dedicou bastante mais espaço ao acontecimento do que o Diário de Notícias e fez uma cobertura mais próxima do caso. O acontecimento é mencionado em 6,61% das páginas do Jornal de Notícias, face ao espaço de apenas 2,5% ocupado nas edições do Diário de Notícias. As percentagens refletem a discrepância também presente no número de artigos, nos destaques e nas imagens utilizadas. O menor relevo atribuído ao caso pelo Diário de Notícias está, aliás, patente no facto de o jornal não ter escrito nenhuma biografia sobre Pavão nem ter feito qualquer reportagem sobre a sua morte. No Diário de Notícias o velório e o funeral foram noticiados através de peças informativas com cinco e dez parágrafos, respetivamente, e só a notícia do funeral é acompanhada por uma imagem, o que contrasta com as duas páginas para cada uma das cerimónias publicadas no Jornal de Notícias.

Confirmamos, pois, uma tendência regional no destaque dado à morte de Fernando Pascoal das Neves. Sendo Pavão um jogador do Futebol Clube do Porto, e estando a sede do Jornal de Notícias implantada naquela cidade, o maior destaque dado ao caso por este periódico estará diretamente relacionado com esta proximidade regional, razão também da menor amplitude do acontecimento no Diário de Notícias.

Gráfico 4 – Pavão: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.2.4 As efemérides

Nenhum dos jornais assinalou as efemérides sobre a morte de Fernando Pascoal das Neves respeitantes a um mês, seis meses, um ano e dez anos. Apesar do impacto que a sua morte repentina parece ter causado, evocando os valores-notícia do inesperado e da negatividade, o atleta não voltou a ser lembrado em nenhuma destas datas. Apenas quando se completaram 20 anos da morte de Pavão encontramos referência ao jogador.

Na edição do Jornal de Notícias de 16 de dezembro de 1993 encontramos uma notícia que recorda Fernando Pascoal das Neves.

O Correio da Manhã também recorda Pavão no dia em que passam 20 anos após a sua morte. Na véspera, o jogador do Sporting, Cherbakov, tinha tido um acidente de automóvel que o deixaria paraplégico e o Correio da Manhã, no âmbito da extensa cobertura desse acontecimento, faz uma notícia sobre "Tragédias no mundo da bola". É nesse âmbito que recorda Pavão, falecido duas décadas antes.

4.2.5 As imagens

Durante os onze dias que se seguiram à morte de Fernando Pascoal das Neves, foram publicadas 31 imagens, 27 das quais figuram nas páginas do Jornal de Notícias (Gráfico 5).

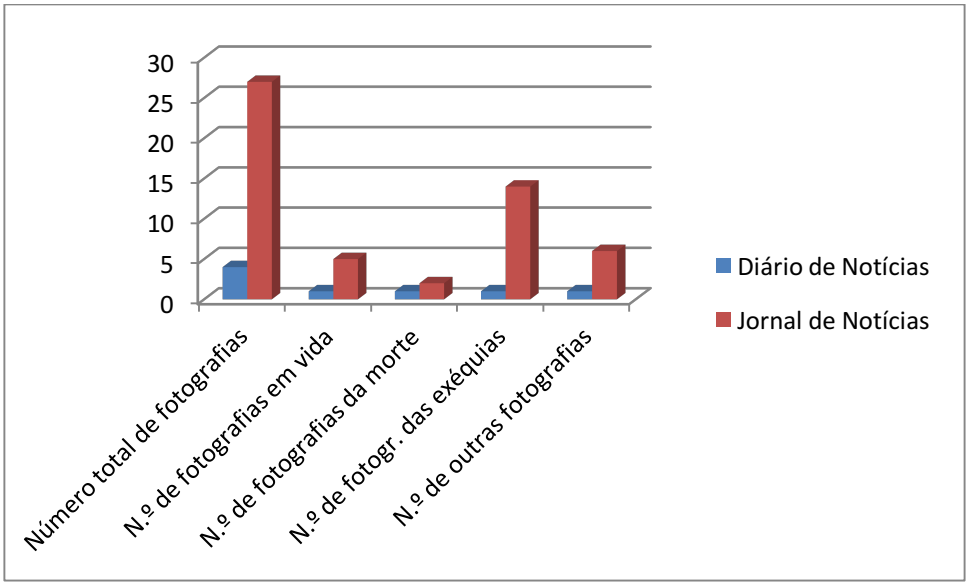
O Diário de Notícias publicou um total de quatro fotografias: uma imagem de Pavão inconsciente em cima da maca, um retrato do jogador em vida, uma imagem da partida de

futebol durante a qual o atleta faleceu e uma fotografia do caixão a ser transportado durante o funeral.

O Jornal de Notícias escolheu 27 fotografias para acompanhar o conteúdo escrito sobre Pavão. Destas, apenas cinco são retratos do jogador do Futebol Clube do Porto. A maioria (16) são imagens das exéquias e das personalidades que marcaram presença. De realçar que o periódico publicou duas imagens da personalidade morta, dentro do caixão, onde era possível ver-se nitidamente o seu rosto. Uma destas imagens foi publicada na primeira página do Jornal de Notícias e é particularmente emotiva, uma vez que mostra a viúva a beijar o rosto de Pavão.

Na categoria das imagens os dados confirmam a diferença de tratamento entre o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias. No primeiro, onde não existem imagens do corpo morto, parece-nos que esta ausência não foi uma questão de pudor, antes se devendo ao facto de o jornal não ter acompanhado o velório do jogador de futebol, durante o qual o caixão esteve aberto. A própria decisão de não fazer a cobertura do velório denota a menor importância atribuída ao caso.

Gráfico 5 – Pavão: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.2.6 Marcas de subjetividade

Quanto às marcas de subjetividade, é preciso, sublinhar novamente que o estilo dos jornais do início dos anos 70 era diferente das regras jornalísticas que são hoje aceites. Ainda

assim, encontrámos vários exemplos de adjetivação e também marcas de subjetividade textual.

O Diário de Notícias utiliza alguns adjetivos nos seus textos informativos e descreve Pavão como jogador de "grande classe"[55], que era caracterizado por uma "taciturnidade de espírito (…)" e um "notável futebolista"[56], com um "comportamento exemplar". O periódico diz ainda que o jogador "se entregava com entusiasmo e a maior alegria na defesa e prestígio do seu clube"[57]. Todas estas citações estão presentes em notícias e breves, géneros de registo informativo.

Os principais exemplos de adjetivação e subjetividade podem ser encontrados nas biografias e reportagens do Jornal de Notícias, bem como na crónica do jogo. Nas referências a Pavão, o jogador foi descrito como: "dono de uma saúde de ferro e de uma condição muscular invejável. Para além disso salientou-se a "excepcional habilidade do rapaz", considerado um jogador "talentoso e impulsivo", um "profissional integérrimo", e "genial futebolista" de "enorme classe"[58]. O periódico refere-se ainda ao atleta como "um dos maiores futebolistas de Portugal"[59], define-o como o "companheiro, o fino artista, o homem sincero"[60] e "rapaz amigo de fazer bem"[61].

Quanto à subjetividade, ela marca todos os textos informativos da época, pelo que destacamos aqui algumas citações onde se ouve não só a voz do jornalista, mas também a sua proximidade em relação ao atleta. Encontramos exemplo disso mesmo em algumas afirmações, como as seguintes: "sem exagero, Pavão era mesmo um desses predestinados para uma actividade, neste caso o futebol (…) os seus arrebatamentos temperamentais não eram afectados, mas sim espontâneos e sinceros"[62]. O jornalista pergunta ainda: "quem podia resistir com serenidade perante tamanho quadro emocional"[63], para defender algumas atitudes do jogador, acrescentando que "até para os repórteres, que naturalmente admiravam o infortunado Pavão, foi difícil encadear notícias em que soluços de uns e de

[55] "Pavão: a morte em pleno jogo" (1973) *Diário de Notícias*, 17 de dezembro, p. 1.
[56] "A morte de Pavão: emoção e desespero" (1973) *Diário de Notícias*, 17 de dezembro, p. 9.
[57] "Perante o corpo de Pavão desfilaram milhares de pessoas" (1973) *Diário de Notícias*, 18 de dezembro, p. 13.
[58] "Pavão fez um passe e depois morreu" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, pp. 10-11.
[59] "Comovente peregrinação de adeptos e dirigentes" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, p. 10.
[60] "Como é tao dolorosa esta grande vitória" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, p. 19.
[61] "Ricos e pobres nunca o esquecerão" (1973) *Jornal de Notícias*, 18 de dezembro, p. 12.
[62] "Pavão fez um passe e depois morreu" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, pp. 10-11.
[63] "Comovente peregrinação de adeptos e dirigentes" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, p. 10.

todos, lágrimas correndo pelas faces, se adiantavam às palavras"[64]. Ainda nas palavras do jornalista, Pavão é descrito como "um homem que muito admirávamos (…) Morreu Pavão. Paz à sua alma"[65]. Sinal de subjetividade é também o seguinte excerto: "normalmente quando uma pessoa morre são realçadas as suas boas qualidades. Tudo de mau se esquece. No entanto, não é este o caso de Pavão. É verdade que foi sempre um indivíduo de poucas falas, avesso à comunicabilidade, mas conseguiu sempre ser respeitado"[66]. Nos casos acima expostos, não só detetámos o uso dos pronomes colectivos, que colocam o jornalista lado a lado com o leitor na partilha de um sentimento de pesar, como sentimos uma proximidade, por parte do jornalista, em relação à personalidade de Pavão. Esta proximidade, como já dissemos, pode justificar-se pelo facto de o Jornal de Notícias estar sediado no Porto e Pavão ser jogador do clube daquela cidade. Pressupomos, deste modo, que houvesse um contacto mais próximo entre os jornalistas daquele órgão de comunicação social e os jogadores do clube.

4.3 Francisco de Sá Carneiro

Francisco Manuel Lumbrales de Sá Carneiro nasceu a 19 de Julho de 1946, no Porto, no seio de uma família profundamente conservadora e católica (Avillez, 1982: p.14). Licenciou-se em Direito pela Faculdade de Direito de Lisboa e mudou-se para o Porto, onde exerceu advocacia durante alguns anos.

Em setembro de 1969, vésperas de eleições legislativas, Sá Carneiro foi convidado pela União Nacional a integrar a lista de deputados para a assembleia nacional pelo Porto. Foi eleito nas eleições legislativas de 1969 e esta entrada na política faria nascer a amizade com Francisco Pinto Balsemão. Na sessão legislativa de 1972, o deputado apresenta projetos-lei relacionados com a liberdade de reunião e de associação, alterações ao Código Civil e organização judiciária, sendo esta postura considerada uma provocação ao regime (Avillez, 1982: p.70). A Comissão Parlamentar nunca chega a enviar os projetos para análise da Assembleia, por os considerar "inconvenientes" e, na sequência destes acontecimentos, Sá Carneiro acaba por renunciar ao cargo de deputado (Avillez, 1982: p.71).

[64] "Pavão fica sepultado no mausóleo portista" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, p. 11.
[65] "Como é tao dolorosa esta grande vitória" (1973) *Jornal de Notícias*, 17 de dezembro, p. 19.
[66] "Ricos e pobres nunca o esquecerão" (1973) *Jornal de Notícias*, 18 de dezembro, p. 12.

Após o 25 de Abril de 1974, juntamente com Barbosa e Melo e Francisco Pinto Balsemão, Sá Carneiro dá corpo ao projeto das bases programáticas de um partido com cariz social-democrata (Avillez, 1982: pp.82-84). A 6 de maio do mesmo ano é feito o anúncio da formação do Partido Popular Democrático e aberta a sua sede em 12 de maio, no largo do Rato, em Lisboa. Sá Carneiro assume funções ministeriais (ministro sem pasta e ministro adjunto do Primeiro-Ministro) durante o I Governo Provisório, que vigorou entre 16 de maio de 1974 e 9 de julho de 1974 (Avillez, 1982: p.85). Sá Carneiro foi o primeiro secretário-geral do partido, que passa a chamar-se Partido Social Democrata (PSD) em outubro de 1976 (Avillez, 1982: p.121). Nos anos de 1975 e 1976, foi deputado da Assembleia Constituinte e da Assembleia da República, respetivamente.

No Verão de 1978 o executivo formado pela coligação PS/CDS cai e a 5 de julho de 1979 é formada a Aliança Democrática, entre o Partido Social Democrata, o Partido do Centro Democrático Social e o Partido Popular Monárquico (Avillez, 1982: p.153). Esta coligação era liderada por Sá Carneiro que, a 2 de dezembro desse mesmo ano, vence as eleições com maioria absoluta (42,52%) e forma o VI Governo Constitucional, que toma posse a 3 de janeiro de 1980 e que iria vigorar durante 11 meses (Avillez, 1982: p.159).

Francisco Sá Carneiro faleceu na noite de 4 de dezembro de 1980, na sequência da queda do avião onde seguia, o Cessna 421, em Camarate, pouco depois da descolagem. O voo dirigia-se ao Porto e além do então Primeiro-Ministro seguiam na aeronave o ministro da Defesa, Adelino Amaro da Costa e a sua mulher Maria Manuel Pires, o seu chefe de gabinete António Patrício Gouveia e a sua mulher, bem como a companheira de Sá Carneiro, Snu Abecassis, o piloto e o copiloto. As suspeitas em torno do acidente subsistem até hoje. O caso começou a ser investigado logo após a queda do Cessna e prescreveu, de forma inconclusiva, em setembro de 2006. Ao longo deste tempo foram instauradas dez comissões de inquérito parlamentares, sendo que a última, que data de 2013, concluiu pela existência de provas que sustentam a tese de atentado[67].

Foram analisadas 48 edições do Correio da Manhã, Jornal de Notícias e Diário de Notícias, que correspondem aos onze dias após a morte e às evocações de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos. De realçar que, no caso do Diário de Notícias, não se publicou edição a 9 de dezembro de 1980, por ter sido feriado na véspera, pelo que considerámos mais um dia, 16 de dezembro de 1980, de modo a totalizar onze edições. Também

[67] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.3.1.

considerámos mais uma edição do Correio da Manhã, da mesma data, uma vez que este não se publicou a 7 de dezembro de 1980 por ter sido domingo.

4.3.1 Primeiras páginas

A morte de Sá Carneiro ocupa a totalidade das primeiras páginas dos jornais analisados no dia seguinte à sua morte, 5 de dezembro de 1980. Os três periódicos deram grande relevância ao acontecimento com três capas inteiras, sendo o espaço maior no Diário de Notícias e Jornal de Notícias que, na época, tinham um formato *broadsheet*, face ao formato tablóide do Correio da Manhã. Outra diferença prende-se com o facto de a primeira página do Diário de Noticias conter bastante mais texto que as outras duas.

O Correio da Manhã (Ilustração 4) usa a manchete "Morreu Sá Carneiro", ocupando a totalidade da primeira página com uma imagem do primeiro-ministro em vida e duas imagens do acidente que o vitimou.

No Diário de Notícias (Ilustração 4) lemos a manchete "Sá Carneiro e Amaro da Costa morrem num desastre de aviação". A primeira página deste jornal é aquela que dedica mais espaço ao texto, por razões do seu formato. De realçar que não foi publicada nenhuma imagem de Sá Carneiro nesta capa.

O Jornal de Notícias (Ilustração 4) escreve "Morreu Sá Carneiro" e explica num pequeno texto que o político morreu fruto da queda da avioneta em que seguia, enumerando também as outras vítimas. Não foi publicada nenhuma imagem de Sá Carneiro nesta capa.

Ilustração 4 – Primeiras páginas: Francisco Sá Carneiro



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 4 de dezembro de 1980.

Além da primeira página no dia a seguir à sua morte, o Correio da Manhã dedicou também uma capa inteira no dia a seguir ao velório de Sá Carneiro. Já o Diário de Notícias menciona o político em nove das suas primeiras páginas dos dez dias seguintes, algumas das quais dizem respeito à cobertura das exéquias fúnebres e outras aos acontecimentos políticos subsequentes à sua morte. No Jornal de Notícias existem cinco capas que integram a morte de Sá Carneiro, nos dez dias após ter sido noticiado o caso.

Tendo em consideração os destaques de primeira página (Gráfico 6), a primeira conclusão é que o Correio da Manhã foi o jornal que ocupou menos espaço das suas capas com a morte de Sá Carneiro, na medida em que, além do dia seguinte, em que noticiou a morte do Primeiro-Ministro, só voltou a consagrar espaço de capa ao político no dia após o velório. Ainda assim, não podemos deixar de notar que o dia a seguir ao funeral foi domingo e o Correio da Manhã não foi publicado, pelo que não fez a reportagem da cerimónia, o que, se tivesse acontecido, presumivelmente conferiria espaço de capa ao acontecimento. Feita esta salvaguarda, não deixa de ser estranho que na segunda-feira seguinte não tenha sido publicada qualquer referência ao funeral.

O Diário de Notícias e o Jornal de Notícias distanciam-se, então, do Correio da Manhã, com bastantes referências a Sá Carneiro nas suas primeiras páginas, não só a propósito das exéquias fúnebres, mas também no que toca às consequências políticas da sua morte, formação de novo governo e investigação da causa do acidente. Não podemos deixar também de notar que as capas do Diário de Noticias e do Jornal de Notícias contêm bastante mais texto, e às vezes até notícias, algo que não acontece no Correio da Manhã. Assim, o formato muitas vezes justifica que tenhamos referências ao nome de Sá Carneiro nas primeiras páginas dos dois *broadsheets* não no título propriamente dito, mas nos pós-títulos ou notícias de capa.

4.3.2 O dia seguinte

A morte de Sá Carneiro está presente em 17 páginas dos três jornais analisados no dia seguinte à sua morte. Estas reúnem 48 artigos sobre a morte do primeiro-ministro, acompanhadas por 31 imagens. O Diário de Notícias é o jornal que dedica menos atenção ao caso e o Jornal de Notícias aquele que faz a cobertura mais ampla.

O Correio da Manhã referencia Sá Carneiro em cinco páginas, uma das quais é a capa, e publica dez imagens e 19 artigos. Falamos de 12,5% da sua edição. O conteúdo em termos

de géneros jornalísticos é composto por sete breves, sete notícias, três biografias, uma reportagem e vozes.

O Diário de Notícias referencia Sá Carneiro em apenas duas páginas, uma das quais é a capa, o que totaliza 6,6% do espaço da sua edição. O jornal escreve nove peças sobre o acidente, três das quais estão na primeira página do jornal. Falamos de três notícias, três biografias, uma breve, um editorial e um artigo de opinião.

O Jornal de Notícias dedica dez das suas páginas à morte de Sá Carneiro, o que se traduz em 31,25% da sua edição do dia após a morte do Primeiro-Ministro. O jornal publica 20 peças, entre as quais oito notícias, quatro biografias, três breves, duas vozes, dois artigos de opinião e um editorial.

Tendo em conta o dia após a morte de Sá Carneiro, o Diário de Notícias foi o jornal que dedicou menos espaço ao caso: 6,6% da sua edição face aos 31,25% ocupados pelo Jornal de Notícias e aos 12,5% do Correio da Manhã. Afigura-se-nos difícil de explicar esta parca atenção prestada a um acontecimento tão relevante e inesperado e, face ao destaque das edições que se seguiram, resta-nos concluir que o Diário de Notícias foi tão apanhado de surpresa como os outros jornais, mas teve menos tempo de reação.

O inesperado do acontecimento justifica, aliás, o grande destaque que as circunstâncias do acidente tiveram nos três jornais. Em termos de conteúdo informativo há a realçar a publicação de dois fait-divers no Correio da Manhã: a notícia de um futurólogo que teria previsto o assassinato de uma figura política e a notícia da multidão que se juntou e rezou o Pai Nosso em frente à sede de candidatura de Soares Carneiro, candidato presidencial. No campo dos géneros jornalísticos, há a realçar a ausência de um editorial no Correio da Manhã e a sua presença nos outros dois jornais.

Quanto ao conteúdo presente nos três jornais, o pendor político no Jornal de Notícias é maior, comparativamente ao Correio da Manhã e Diário de Notícias. Este último nem sequer menciona as possíveis consequências políticas do caso e o Correio da Manhã fala sobre as eleições que se aproximam, mas a análise mais pormenorizada, quer sobre o efeito no ato eleitoral, quer sobre os candidatos, é realizada essencialmente pelo Jornal de Notícias. Ainda de destacar que, na página que relata o falecimento do então primeiro-ministro, o Diário de Noticias coloca uma cabeça onde se lê "O brutal acidente que enluta o país".

4.3.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos 10 dias que se seguiram à notícia da morte de Francisco Sá Carneiro (5 a 15 de dezembro de 1980) os três jornais analisados redigiram 233 notícias, que figuraram em 104 páginas, onde o ex-primeiro-ministro foi referido. De realçar que foram considerados todos os conteúdos informativos e opinativos das publicações onde se pudesse ler o nome do falecido primeiro-ministro falecido, o que significa que há muitas peças noticiosas em que Sá Carneiro não é o foco, mas o seu nome continua a aparecer dadas as mudanças na cena política que a sua morte provocou.

O Correio da Manhã foi o jornal que deu menos atenção ao caso, com 28 páginas, 54 artigos e 34 imagens. Os dados traduzem-se numa percentagem de 7,7% das suas edições. Quanto aos géneros jornalísticos, registamos 34 notícias, 11 breves, quatro artigos de opinião, uma biografia, uma reportagem, uma cronologia e um editorial.

O Diário de Notícias referencia Sá Carneiro em 40 das suas páginas nos dez dias após ter sido noticiada a sua morte, o que representa 12,7% das suas edições. Destas, oito são primeiras páginas. O periódico publica 81 imagens e 102 textos durante este período: 59 notícias, 16 breves, 12 artigos de opinião, cinco biografias, três foto-legendas, dois editoriais, duas entrevistas, duas crónicas e uma reportagem.

O Jornal de Notícias foi aquele que ocupou mais páginas com o tema. O periódico mencionou a personalidade em 49 das suas páginas nos dez dias após ter dado notícia do seu falecimento, o que se traduz em 12,9% das suas edições. Destas páginas, seis foram capas. Ao todo, o jornal publicou 58 fotografias e 95 artigos, cujos géneros jornalísticos representam 64 notícias, 24 breves, quatro artigos de opinião, duas reportagens e vozes.

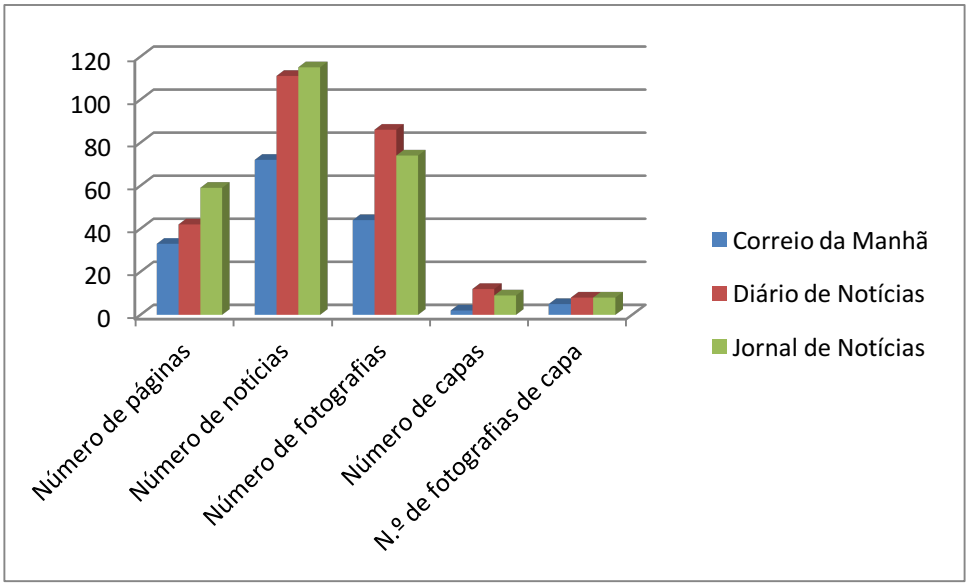
No que diz respeito à globalidade dos onze dias após a morte de Francisco Sá Carneiro (Gráfico 6), concluímos que o Jornal de Notícias foi quem ocupou maior percentagem de páginas com o acontecimento: 14,3%. Em sentido oposto encontramos o Correio da Manhã, que referenciou a personalidade em 8,25% das suas páginas e, mais próximo do Jornal de Notícias encontramos o Diário de Notícias, com cerca de 12,2% das suas páginas dedicadas ao tema.

No que toca ao conteúdo noticioso dos três jornais ele é equivalente nas temáticas, apesar de diferir na extensão. Assim, além do acompanhamento do velório e do funeral de Sá Carneiro, os periódicos também deram alguma atenção às exéquias de Amaro da Costa, de

Patrício Gouveia, de Snu Abecassis e, no caso do Diário de Notícias, dos dois pilotos do avião. Em termos de conteúdo informativo o grande enfoque foi as consequências políticas da morte de Sá Carneiro e foi esse tema que continuou a marcar a atualidade nos três jornais. Durante os onze dias de análise continuamos a encontrar referências a Sá Carneiro e à medida que os dias avançavam essas referências prendiam-se, sobretudo, com a incerteza política de o governo ter perdido o seu líder. Assim, grande parte das peças focaram-se nos esforços em torno da procura de uma solução para substituir Sá Carneiro, pelo que não foi ele, propriamente, o centro dos artigos jornalísticos, mas sim as consequências da sua morte. Ainda assim, algumas das notícias subsequentes foram centradas na investigação do acidente, caso que continuou a merecer a atenção da comunicação social ao longo dos anos, fruto da tese de atentado.

Ainda de referir a grande importância que os três jornais deram a tudo o que foi dito no estrangeiro sobre a morte de Sá Carneiro. As mensagens de condolências dos líderes políticos internacionais, as homenagens realizadas um pouco por todo o mundo, os três dias de luto no Brasil e as palavras de pesar dos próprios políticos e representantes portugueses foram alvo de grande destaque nos jornais analisados. Parece-nos que esta opção editorial visa legitimar o papel da personalidade, e até de Portugal, mostrando que a morte do Primeiro-Ministro é suficientemente relevante para gerar ondas de pesar internacional e para trazer até ao seu funeral líderes estrangeiros.

Gráfico 6 – Francisco Sá Carneiro: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.3.4 As efemérides

Ainda no âmbito dos dados quantitativos, as efemérides congregam um total de 35 peças nos três jornais. Foram assinalados o primeiro mês, primeiro semestre, primeiro ano e primeiras duas décadas sobre a morte de Sá Carneiro. No aniversário do primeiro mês, primeiro meio ano e primeiro ano as notícias que mencionam Sá Carneiro referem-se ainda ao rescaldo do acidente, à evocação da sua memória, à condecoração que ele viria a receber e aos eventos que assinalaram o primeiro aniversário da sua morte.

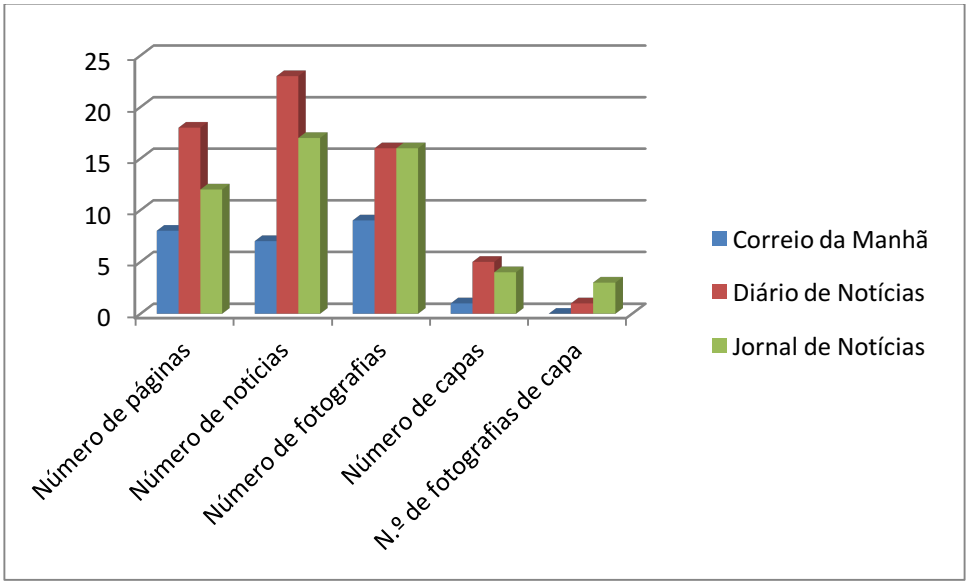
Todas as edições do dia em que se completam dez anos da morte de Francisco Sá Carneiro lembram o acontecimento, até porque na véspera havia sido inaugurado no Porto a nova aerogare do aeroporto, que foi batizada com o nome do falecido primeiro-ministro. O Correio da Manhã faz chamada na primeira página com o assunto e dedica-lhe uma notícia, onde o foco é claramente a inauguração. Pelo contrário, o Diário de Notícias dedica oito das suas páginas, não só à inauguração da aerogare do Porto, mas, sobretudo, à evocação da figura de Sá Carneiro, através de quatro notícias, dois artigos de opinião, vozes e uma biografia. O Jornal de Notícias também dedica uma parte importante da sua edição de 4 de dezembro de 1990 a Sá Carneiro. A manchete do jornal faz-se com a homenagem patente na inauguração da nova aerogare e o jornal aproveita para colocar uma imagem de Sá Carneiro e uma cabeça de página onde se lê "Sá Carneiro: morte trágica foi há dez anos".

Os 20 anos da morte de Sá Carneiro não tiveram espaço no Correio da Manhã, mas o Diário de Notícias faz uma chamada de capa com o tema, escolhendo o título "Ministério público já devia ter reaberto o caso Camarate". O Jornal de Notícias fez chamada de capa com o tema, escolhendo o título "Camarate contínua envolto numa teia de dúvidas vinte anos depois".

Tendo em conta os dados das efemérides (Gráfico 7), a primeira conclusão a tirar é a evocação mais extensa por parte do Diário de Notícias, que chega mesmo a dedicar-lhe os editoriais nos dias em que se assinalam os dez anos e os vinte anos da morte de Sá Carneiro. No entanto, não podemos esquecer que em cada uma das datas houve um acontecimento que deu o mote para a efeméride: a homenagem, após o primeiro mês, a recusa das condecorações, seis meses depois, a homenagem no Porto, no primeiro ano, a inauguração da aerogare, decorrida a primeira década, e a possível reabertura do caso Camarate, na segunda década. Não queremos com isto assegurar que os jornais só têm memória porque os acontecimentos programados os relembram da efeméride, mas também

não podemos deixar de reparar que esses acontecimentos coincidiram com as datas de aniversário da morte. O acontecimento que ancorou a efeméride, no caso dos 20 anos, foi central para o Diário de Notícias. Porém, no caso do Jornal de Notícias, serviu ainda para recordar e evocar a figura de Francisco Sá Carneiro.

Gráfico 7 – Francisco Sá Carneiro: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.3.5 As imagens

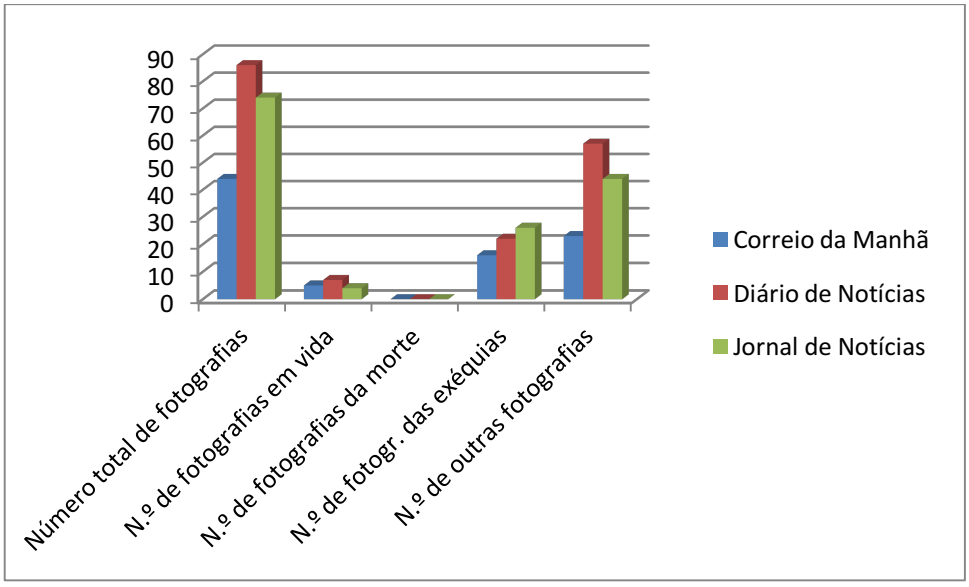
Nos 11 dias que se seguiram à morte de Francisco Sá Carneiro os três jornais analisados publicaram 204 fotografias, mas, surpreendentemente, apenas 16 destas são do líder social-democrata e 16 retratam o local do acidente (Gráfico 8). Sobram então 158 imagens, a maioria das quais se referem aos momentos de homenagem, ao funeral e velório, bem como aos retratos das figuras públicas que apresentaram as suas condolências. Muitas das imagens não dizem diretamente respeito a Sá Carneiro: são utilizadas para ilustrar notícias da secção de política, onde o nome do primeiro-ministro é referido, mas onde ele não é o foco da notícia.

O Correio da Manhã faz acompanhar os textos noticiosos de um total de 44 fotografias, cinco das quais representam Sá Carneiro em vida e seis que mostram as circunstâncias do acidente. É o jornal que publica menos imagens, sendo que 16 do total retratam as cerimónias fúnebres e homenagens que tiveram lugar. Não é publicada qualquer fotografia do corpo, embora numa das imagens do acidente possamos visualizar os corpos cobertos por um lençol, no local onde se deu a tragédia.

O Diário de Notícias foi quem recorreu mais a fotos para ilustrar as notícias da morte e pós-morte de Sá Carneiro. Ao todo, o jornal utilizou 86 imagens, mas destas apenas sete são do líder social-democrata. Outras quatro retratam o local da tragédia e, à semelhança do Correio da Manhã, também aqui podemos visualizar o corpo coberto por um lençol. Foram publicadas 22 imagens das cerimónias fúnebres, homenagens e personalidades que marcaram presença nesses momentos.

O Jornal de Notícias escolheu 74 fotografias para acompanhar as peças noticiosas sobre a morte do primeiro-ministro. Apenas quatro destas retratam Sá Carneiro em vida e cinco mostram o local e os destroços do acidente. Quanto às exéquias fúnebres e homenagens posteriores, estes acontecimentos motivam a publicação de 26 imagens, muitas das quais retratam as personalidades presentes nos acontecimentos.

Gráfico 8 – Francisco Sá Carneiro: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.3.6 Marcas de subjetividade

Nem todos os jornais recorrem do mesmo modo à adjetivação para caraterizar Francisco Sá Carneiro. Durante este estudo encontrámos a imputação de caraterísticas elogiosas ao falecido primeiro-ministro no Correio da Manhã e no Jornal de Notícias, em títulos como "Um Grande Estadista"[68] ou expressões como "um projecto perdeu o seu praticamente único líder carismático"[69]. O Diário de Notícias foi o periódico que assumiu a postura mais

[68] "Um Grande Estadista" (1980) *Correio da Manhã*, 5 de dezembro, p. 3.
[69] B.M. (1981) "Sá Carneiro Morreu", *Correio da Manhã*, 4 de janeiro, p. II.

neutra, na medida em que encontramos poucas referências textuais que denotem subjetividade, chegando mesmo a ter a necessidade de dizer o porquê de não o fazer, como veremos na análise.

O Correio da Manhã é aquele que reúne mais referências dentro do campo da adjetivação, sendo também exemplo excertos que descrevem Sá Carneiro como "uma das figuras mais carismáticas do actual panorama político", salientando que ele "revelou-se sempre um político na verdadeira acepção da palavra, brilhante, combativo, emprestando às suas intervenções um cunho particular de prestígio"[70]. Além dos juízos de valor, e no que toca a marcas de subjetividade, o Correio da Manhã não se inibe de condenar quem celebra a morte de Sá Carneiro. A propósito de manifestações populares que festejavam o desaparecimento do então chefe de governo, o jornal escreve: "entretanto soube-se que grupos de energúmenos festejaram ontem"[71]; "não deixaram de acontecer atitudes menos dignas por parte de alguns grupos"[72]. Não podemos deixar de relevar o contexto político da época, apenas seis anos depois do 25 de Abril. De facto, o contexto político conturbado e a véspera de eleições podem ajudar a explicar quer as manifestações acusatórias sobre a tese de atentado, quer as reações de apoiantes de fações políticas opostas, que se congratularam pela morte do então primeiro-ministro.

No Jornal de Notícias, a única referência elogiosa que encontrámos, pode ler-se numa das biografias que a publicação escreveu acerca de Sá Carneiro. Curiosamente, este parágrafo é reproduzido *ipsis verbis* na edição do dia seguinte do Correio da Manhã e diz que, "ao contrário da maioria dos políticos portugueses, Sá Carneiro não era um homem solene. Possuía sentido de humor e dava respostas contundentes, duas virtudes que, em conjunto com a sua preparação cultural e clareza de ideias, o tinham conduzido ao topo da política portuguesa"[73]. Na edição de 4 de dezembro de 1990, aquando dos 10 anos da morte do estadista, encontramos no Jornal de Notícias um parágrafo com um tom mais pessoal. A propósito da inauguração da nova aerogare do aeroporto do Porto, que recebeu o nome de Sá Carneiro, escreve o jornalista: "ironia cruel esta, que dá a um aeroporto o nome de um homem que teve morte trágica num acidente aéreo". [74]

[70] "Um Grande Estadista" (1980) *Correio da Manhã*, 5 de dezembro, p. 3.
[71] "Minutos de silêncio no comício de Eanes" (1980) *Correio da Manhã*, 5 de dezembro, p. 4.
[72] "Também houve foguetes" (1980) *Correio da Manhã*, 5 de dezembro, p. 4.
[73] "De ministro sem pasta a primeiro-ministro" (1980) *Jornal de Notícias*, 5 de dezembro, p.4.
[74] "Ordem da Liberdade para Sá Carneiro" (1990) *Jornal de Notícias*, 4 de dezembro, p. 15.

Já o Diário de Notícias, apenas numa biografia que faz de Sá Carneiro se refere ao político de forma mais elogiosa, mas ainda assim longe da adjetivação encontrada nos outros dois títulos e salvaguardando o facto de não ser o papel do jornal tecer tais elogios:

> "Não cabe aqui, num necessariamente apressado bosquejo, anotar os passos da fulgurante carreira política de Sá Carneiro. Ocioso, também, apontar as suas qualidades ou os seus defeitos. Regista-se, apenas, que o falecido primeiro-ministro, no decorrer destes 10 anos de intensa actividade, jamais deixou de se bater, com a coragem e a determinação que todos lhe reconhecem, pelos princípios que enformavam o seu pensamento político"[75].

Além do excerto acima transcrito, o Diário de Notícias refere-se a Sá Carneiro como "um dos deputados mais activos e incómodos", mas socorre-se sempre de declarações do, à época, deputado para justificar estas afirmações. Ao fazer o retrato do estadista, o jornal vai buscar um elogioso discurso que Pinto Machado havia feito na altura sobre Sá Carneiro e, em discurso indireto, lê-se que "o redactor desta biografia que acompanhou Sá Carneiro directamente durante toda a sua actividade parlamentar, gostaria de acrescentar que ele falava sempre sem qualquer suporte escrito, sem hesitações, revelando uma memória extraordinária relativamente a toda a matéria em causa, assim como domínio completo da lógica e da língua portuguesa"[76]. Não deixa de ser curioso que o jornal tenha optado por não colocar estas palavras entre aspas, mencionado apenas que elas correspondem à opinião de outra pessoa que não o jornalista.

4.4 Joaquim Agostinho

Natural de Torres Vedras, Joaquim Agostinho nasceu a 7 de abril de 1943 na aldeia de Brejenjas. Em 1964, com 18 anos, Joaquim Agostinho foi para o Ultramar (Moçambique) onde esteve três anos a cumprir o serviço militar obrigatório. Quando regressou, e com o dinheiro amealhado, comprou uma bicicleta e regressou às corridas na sua terra, bem como à vida de trabalhador rural. Uma das corridas de domingo, no dia de Natal, em Baro, Torres Vedras, contou com a presença de João Roque, na época ciclista profissional do Sporting e recém-vencedor da Volta a Portugal, que, espantado com o desempenho de Joaquim Agostinho, levou-o para o seu clube, onde viria a ser treinado por Manuel Graça (Júnior, 2004: pp.25-27).

[75] "Sá Carneiro: a coragem e a determinação" (1980) *Diário de Notícias*, 6 de dezembro, p. 5.

[76] Figueiredo, O. (1990) "Dez anos de memória sobre 46 de vida", *Diário de Notícias*, 4 de dezembro, p. 4.

A sua consagração acontece em 1969, na Volta a Portugal, tendo sido campeão nacional, de fundo e de contrarrelógio individual e por equipas. Entre 1968 e 1984 o ciclista fez centenas de corridas e entre as vitórias mais aplaudidas está a da etapa de Alpe-D'Huez no Tour de France de 1978. A 17.ª curva daquela etapa tem hoje o nome de Joaquim Agostinho. Nesse ano o ciclista conquistou um lugar no pódio (3.º), ao lado de Hinault (1.º) e Zoetemelk (2.º). O atleta correu 13 vezes na Volta a França, entre 1969 e 1983 (Júnior, 2004: pp.39-50).

Ainda em matéria de provas internacionais, o ciclista participou cinco vezes na Vuelta, em Espanha. Estreou-se nesta prova em 1972 e participou ainda mais quatro vezes na Vuelta, sendo que a melhor classificação obtida foi um 2.º lugar no ano de 1974 (Júnior, 2004: pp.51-54).

Joaquim Agostinho venceu cinco vezes a Volta a Portugal, mas duas delas foi desclassificado por *doping* (1969 e 1973). Ao todo o ciclista participou seis vezes na prova, sendo que apenas não venceu a primeira, em 1968. No ano seguinte acabou relegado para a 7.ª posição, apesar de ter vencido a prova, face ao controlo anti-dopping que resultou positivo. Em 1970 voltou a vencer a prova, tendo mantida a liderança durante 19 dias consecutivos, desde a 6.ª à 24.ª etapa. Agostinho alcança nova vitória no ano seguinte, tendo dominado a prova na qual envergou a camisola amarela durante 24 dias consecutivos, da 1.ª à última etapa. Em 1972 o triunfo em cinco etapas granjeou-lhe a sua terceira vitória. A sua última participação na Volta a Portugal acontece em 1973, quando o controlo anti-dopping dá novamente positivo e o primeiro posto lhe é outra vez retirado (Júnior, 2004: p.57).

O ciclista ainda viria a correr mais algumas provas do Tour de France, mas no início dos anos 80 falava-se do final da sua carreira. Em 1984 o atleta regressa ao ciclismo português para comandar uma equipa. Morreu na manhã de 10 de maio de 1984, dez dias depois de uma queda na 5.ª etapa da Volta ao Algarve em bicicleta. Um pelotão de 51 corredores disputava a etapa entre Faro e Quarteira, com passagem pelo alto do Caldeirão, e nos 200 metros que faltavam para completar os 77 quilómetros da prova, dois cães meteram-se no meio dos atletas, fazendo com que alguns deles caíssem. Joaquim Agostinho caiu ao desviar-se de um dos cães e fraturou o crânio. Ainda subiu para a bicicleta e cortou a meta, mas acabaria por ser levado para o hospital de Faro, onde lhe foi diagnosticada uma fratura

craniana no parietal direito. Foi então transferido para o Hospital da CUF, em Lisboa, onde viria a falecer dez dias depois (Júnior, 2004: pp.17-19).

A missa de corpo presente decorreu a 11 de maio na Basílica da Estrela. O percurso até ao cemitério da Silveira, em Torres Vedras, passou pelo centro da cidade de Lisboa e incluiu uma paragem no Estádio José Alvalade, onde foi prestada uma última homenagem (Júnior, 2004: pp.11-13)[77].

Acerca da morte de Joaquim Agostinho foram analisadas 16 edições de cada um dos periódicos, num total de 48 edições. Assim, abarcamos o período entre os dias 11 e 21 de maio de 1984, bem como, a exemplo dos restantes casos, as efemérides de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos – 10 de junho de 1984, 10 de novembro de 1984, 10 de maio de 1985, 10 de maio de 1994 e 10 de maio de 2004.

4.4.1 Primeiras páginas

A morte de Joaquim Agostinho figura na primeira página de cada um dos três jornais analisados, no dia seguinte ao anúncio oficial do seu falecimento, 11 de maio de 1984. O Jornal de Notícias e o Diário de Notícias têm as capas com mais espaço dedicado ao ciclista, na medida em que fazem manchete do caso, enquanto o Correio da Manhã faz foto de capa. Ainda assim, a mancha gráfica é semelhante nos três.

Um quarto da primeira página do Correio da Manhã (Ilustração 5), com o destaque de foto de capa, é ocupado com a morte de Joaquim Agostinho no dia após ter sido anunciado o seu falecimento. A foto do corpo do atleta no caixão aberto, rodeado de pessoas, é encimada por uma pequena chamada onde se lê "Joaquim Agostinho atinge hoje a última meta".

O Diário de Notícias (Ilustração 5) ocupa cinco das oito colunas, na parte superior da primeira página, com a notícia da morte de Agostinho. A manchete diz "Volta a França vai parar em honra de Agostinho", seguindo-se uma notícia onde ficamos a saber mais sobre as circunstâncias da morte do atleta e as cerimónias fúnebres que se seguirão. Este jornal não colocou qualquer imagem do ciclista na sua primeira página.

O Jornal de Notícias (Ilustração 5) escolheu para manchete, "Corpo de Agostinho na Basílica da Estrela", título acompanhado de uma imagem do ciclista morto no caixão, em

[77] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.4.1.

cima da qual foi colocada uma pequena caixa negra onde se lê "O fim trágico do campeão".

Ilustração 5 – Primeiras páginas: Joaquim Agostinho



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 11 de maio de 1984.

Além da capa do dia após a morte de Joaquim Agostinho, o Correio da Manhã faz foto de capa com o funeral do ciclista.

O Diário de Notícias também dedica outra primeira página a Joaquim Agostinho, no âmbito do seu funeral.

No Jornal de Notícias encontrámos mais uma capa, além daquela onde se noticia a morte de Joaquim Agostinho, sendo que o funeral do atleta é manchete.

O destaque dado à morte e funeral de Joaquim Agostinho é semelhante nas capas dos três títulos. A única diferença a realçar é o facto de o Correio da Manhã fazer foto de capa do acontecimento nas duas primeiras páginas que lhe dedica, enquanto o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias colocam sempre o assunto em manchete, sendo que no caso do Jornal de Notícias esse destaque vem sempre acompanhado de imagens.

Ainda de destacar as opções dos jornais em termos de fotografias: tanto o Correio da Manhã como o Jornal de Notícias publicaram fotografias do corpo de Joaquim Agostinho dentro do caixão nas suas primeiras páginas. A opção do Correio da Manhã mostra o corpo rodeado de gente, enquanto o Jornal de Notícias coloca apenas a cara do atleta, morto, na sua capa.

4.4.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu à morte de Joaquim Agostinho, 11 de maio de 1984, dez das 128 páginas dos três periódicos contêm referências ao ciclista, numa situação de equilíbrio em espaço e atenção mediática nos três jornais. Apenas o Diário de Notícias dedica mais uma página ao caso do que os seus concorrentes. Ao todo, falamos de 19 artigos e 26 fotografias publicadas, nos jornais daquele dia. O Diário de Notícias foi também quem publicou mais imagens e quem escreveu o maior número de notícias.

No Correio da Manhã encontramos duas notícias e uma biografia em três páginas, uma das quais é a capa, contextualizadas por seis imagens.

Nas quatro páginas que dedica do tema, o Diário de Notícias divide as suas nove peças jornalísticas em notícias (seis), artigo de opinião (um), reportagem (uma) e biografia (uma).

O Jornal de Notícias publica sete imagens e escreve sete artigos: três notícias, uma reportagem, uma breve, um artigo de opinião e uma biografia, num total de três páginas, uma das quais é a primeira.

A abordagem do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias parece-nos próxima, quer em termos de espaço, quer no que toca aos géneros jornalísticos, quer ainda em termos de conteúdos informativos. No entanto, como já referimos, o Diário de Notícias publica mais artigos e mais imagens e ocupa mais uma página sobre este tema, do que o seu concorrente do Norte. Ainda de realçar que estes periódicos publicaram artigos de opinião sobre o caso, sendo que o texto do Diário de Notícias, apesar de não estar assinalado como tal, assume um tom claramente editorializante.

Quanto ao Correio da Manhã, não só dedica menos notícias, menos imagens e menos páginas à morte de Joaquim Agostinho, como não publica qualquer reportagem sobre o tema. Na sua notícia principal o foco é o agravamento das condições de saúde do atleta e a sua morte e só no final do texto aborda brevemente o ambiente que se viveu na Basílica da Estrela. O jornal foca, aliás, as questões médicas associadas ao traumatismo que sofreu, enumerando os exames que foram feitos e antecipando que os médicos não dispensaram a realização de uma autópsia.

Comum aos três jornais é o destaque dado à carreira do ciclista, sendo que o Jornal de Notícias enriquece esse destaque com o artigo de opinião de um jornalista que privou com Joaquim Agostinho.

4.4.3 Os dez dias após a notícia da morte

Considerando o período de dez dias que sucedeu à notícia da sua morte, entre 12 e 21 de maio de 1984, temos 36 peças e 32 fotografias sobre Joaquim Agostinho, em 20 páginas dos três jornais.

O Correio da Manhã escreve um total de sete notícias, juntamente com oito imagens, sobre a morte de Joaquim Agostinho, referenciadas em seis páginas, ou seja, 1% do total de páginas das dez edições. Quanto aos géneros jornalísticos falamos de breves (quatro), notícias (duas) e reportagem (uma), sendo esta última respeitante ao funeral do atleta.

O Diário de Notícias publicou com um total de dez artigos (sete das quais no dia em que se noticia o funeral) e 16 imagens, distribuídas por sete páginas, as quais representam 1,5% das páginas destas dez edições. Encontramos breves (três), notícias (três), reportagens (duas), artigo de opinião (um) e foto-legenda (uma).

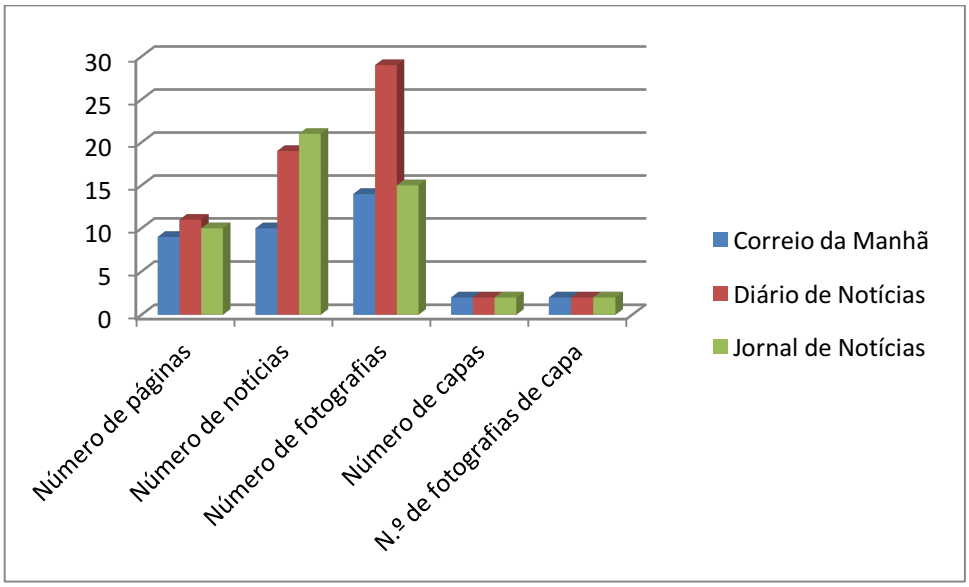
O Jornal de Notícias também dedica sete páginas à morte do atleta, uma das quais é capa, o que se traduz em 1,9% de espaço no total dos dez dias. Estas páginas foram preenchidas com 14 artigos e oito fotografias. Maioritariamente o jornal publicou breves (sete) e notícias (seis), mas registamos ainda a existência de uma reportagem.

Confirmando as conclusões do dia a seguir à morte, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias foram os jornais que dedicaram mais páginas ao caso, que publicaram maior número de notícias e mais imagens (Gráfico 9). No total dos onze dias que se seguiram ao anúncio do falecimento do atleta, apenas 1,38% das páginas do Correio da Manhã incluíram notícias sobre a sua morte. Em sentido contrário, o Jornal de Notícias destinou 2,57% das suas páginas à cobertura do acontecimento e publicação de informações subsequentes. No meio, mas mais próximo do Jornal de Notícias, encontramos o Diário de Notícias, com 2,23% das páginas das suas onze edições dedicadas a este acontecimento.

A principal diferença em termos de conteúdo reside na extensão das reportagens do funeral publicadas pelo Diário de Notícias e pelo Jornal de Notícias, que acompanharam o cortejo entre Lisboa e Torres Vedras e, no caso do Diário de Notícias, incluiu nas peças sobre as

exéquias a homenagem na terra natal do ciclista. A abordagem do Correio da Manhã, noticiando os mesmos temas, foi, assim, mais superficial, enquanto os outros dois jornais quiseram imprimir detalhe aos artigos publicados. Ainda de destacar o facto de só o Diário de Notícias ter publicado artigos de opinião, um no dia após a morte de Agostinho e outro, no dia seguinte, da autoria de um leitor.

Gráfico 9 – Joaquim Agostinho: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.4.4 As efemérides

As efemérides relativas a Joaquim Agostinho representam dez artigos: três no Jornal de Notícias, no aniversário do primeiro mês e na primeira década, seis no Diário de Notícias, também no primeiro mês e dez anos depois, e uma no Correio da Manhã no primeiro mês. Dez anos após a morte de Joaquim Agostinho, apenas o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias assinalam a efeméride. O Correio da Manhã e o Diário de Notícias evocam os 20 anos.

A 10 de junho de 1984, em cada um dos jornais, noticiava-se uma prova de ciclismo em homenagem ao atleta. Nenhum dos jornais refere que naquele dia se completa um mês desde a morte de Joaquim Agostinho e apenas o Diário de Notícias menciona uma condecoração póstuma que será atribuída pelo Governo.

O Correio da Manhã assinala os 20 anos da morte de Joaquim Agostinho com uma entrevista a Manuel Graça, antigo técnico do Sporting.

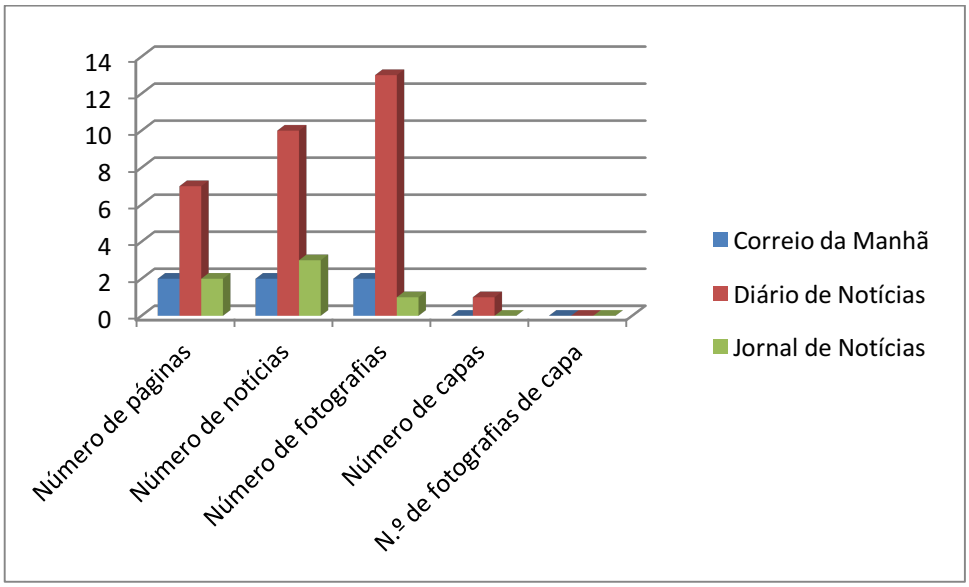
No seu caderno de desporto, o Diário de Notícias lembra que o ciclista morreu há dez anos e recorda não só o seu percurso profissional, mas também as circunstâncias da sua morte, num total de cinco notícias e seis imagens, todas do atleta, que ocupam uma página inteira. Para assinalar os 20 anos da morte de Joaquim Agostinho, o Diário de Notícias dedica-lhe quatro páginas. Na capa coloca uma chamada ("Joaquim Agostinho era mais do que o país") e nas três páginas seguintes recorda o atleta e a sua morte, pela voz dos médicos que o assistiram na época e que descrevem os dias após o acidente que acabaria por vitimar o ciclista.

Já o Jornal de Notícias, escreve apenas uma peça sobre o ciclista, a sua carreira e a sua morte, na primeira década após o seu falecimento, ocupando bastante menos espaço e não colocando nenhuma fotografia.

O destaque das efemérides (Gráfico 10) mostra uma prevalência da memória no Diário de Notícias. Não havendo nenhuma homenagem ou acontecimento que lembrasse os jornais da morte de Joaquim Agostinho, a referência ao atleta dez anos após a sua morte pelo Diário de Notícias e Jornal de Notícias é verdadeiramente uma efeméride espoletada pelos próprios jornais. Quanto ao primeiro mês, de destacar que nenhum dos periódicos referiu que Agostinho morrera há um mês, na medida em que todos publicaram apenas notícia sobre a homenagem sem se questionarem sobre a coincidência da data.

Já os 20 anos após a morte de Joaquim Agostinho constituem também uma verdadeira efeméride, pois não encontramos no Correio da Manhã, nem no Diário de Notícias, qualquer informação atual que os possa ter recordado da data. No entanto, enquanto o Correio da Manhã se limita a fazer uma entrevista a Manuel Graça, o Diário de Notícias faz da efeméride o seu tema do dia e procura recordar não só a vida e o trajeto de Joaquim Agostinho, bem como as circunstâncias da sua morte.

Gráfico 10 – Joaquim Agostinho: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.4.5 As imagens

Os três jornais analisados publicam 58 fotografias para ilustrar as notícias sobre a morte de Joaquim Agostinho.

No Correio da Manhã, das 14 fotografias publicadas, quatro são de Joaquim Agostinho, duas em vida e duas depois de morto, dentro do caixão aberto. Uma das fotos que o jornal publica do atleta dentro do caixão, mostra um homem anónimo a beijar a testa do ciclista já sem vida. Ainda a registar a existência de dez imagens que mostram as cerimónias fúnebres, a multidão que acorreu ao funeral e as lágrimas e pesar de familiares e amigos do ciclista.

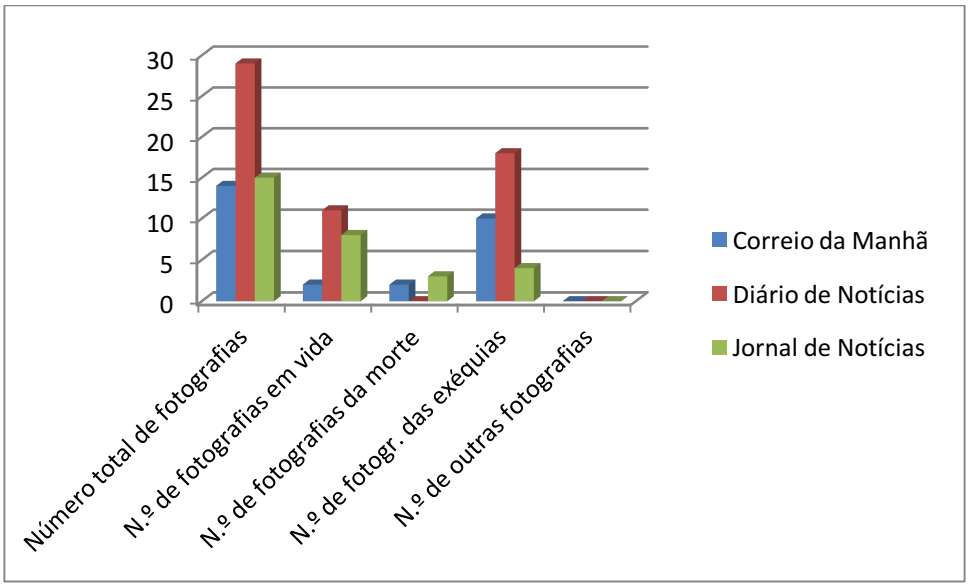
Das 29 imagens publicadas pelo Diário de Notícias, 11 são de Joaquim Agostinho e as restantes 18 dizem respeito às cerimónias fúnebres do atleta, com a multidão de pessoas que assistiu à missa e ao funeral, que se estendeu entre Lisboa e Torres Vedras. Algumas destas imagens retratam ainda familiares e responsáveis políticos, no âmbito destas mesmas cerimónias.

O Jornal de Notícias publicou 15 imagens, oito das quais são retratos de Joaquim Agostinho em vida. O periódico também publica três fotografias de Joaquim Agostinho morto, dentro do caixão. As restantes quatro fotografias dizem respeito ao funeral,

personalidades presentes na cerimónia e manifestações de pesar, quer do público em geral, quer dos familiares de Joaquim Agostinho.

Contrariamente ao que verificámos quanto ao conteúdo informativo, o Diário de Notícias é aquele que dá mais espaço às imagens do ciclista, enquanto o Jornal de Notícias e o Correio da Manhã lhe oferecem um espaço equivalente. No que diz respeito ao uso da imagem (Gráfico 11), só o Diário de Notícias se inibiu de publicar fotografias do cadáver de Joaquim Agostinho, numa atitude de retração que lemos como sinal de respeito. Já o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias fotografaram a urna com o corpo dentro, procurando, aliás, momentos emotivos como esse em que um anónimo beija a testa do defunto. De realçar que a cabeça de Joaquim Agostinho estava envolta em ligaduras, possivelmente fruto das cirurgias a que foi submetido, e que nem isso inibiu os jornais de publicarem fotografias do corpo, em que o rosto está bem visível.

Gráfico 11 – Joaquim Agostinho: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.4.6 Marcas de subjetividade

No que toca à análise da subjetividade, todos os jornais tecem considerações sobre Joaquim Agostinho e em todos é possível encontrar a atribuição de qualidades ao atleta. O discurso tem várias marcas de subjetividade, num registo próximo do jornalismo desportivo, que tendencialmente é marcado pela opinião, ao contrário do que sucede com as outras especialidades da imprensa.

O Correio da Manhã utiliza termos como "o maior ciclista português de todos os tempos"[78] e "grande atleta"[79] e atribui a Joaquim Agostinho várias caraterísticas, como humildade, robustez, heroísmo ou classe. O discurso do jornal revela várias marcas de subjetividade, algumas que derivam do estilo de escrita da época, e outras que, possivelmente, se prendem com o facto de as peças serem escritas no âmbito do jornalismo desportivo, género muito próximo da opinião. Frases como "Joaquim Agostinho morreu – esta a notícia por que todos receávamos e que assim, sintética e brutal, chegou, por telex, à nossa Redacção"[80] ou "Portugal está de luto. Um dos seus mais brilhantes servidores no capítulo desportivo foi ontem a sepultar, com as honras e homenagens que a sua brilhante carreira justificaram plenamente. O desporto português está agora mais pobre, já não temos Agostinho"[81] denotam a voz do jornalista e tendem a mostrar que se trata de um luto partilhado pelos leitores e pelo jornal. Todos estes exemplos estão presentes numa reportagem e numa notícia que congrega alguns traços do género reportagem.

O Diário de Notícias repete várias vezes o termo "campeão", para se referir a Joaquim Agostinho e, tal como as restantes publicações, classifica-o como "magnífico ciclista"[82], "ciclista poderoso" ou "desportista de eleição"[83]. Quanto às caraterísticas pessoais que lhe atribui, podemos elencar excertos como "essa era a linguagem da sua simplicidade, de uma honestidade que nem todos os homens falam"[84] ou "ele era um homem de palavra (…) o inconformismo era igualmente uma das características de Joaquim Agostinho (…) raramente abdicava dos seus pontos de vista"[85]. Todos estes exemplos figuram numa reportagem e numa biografia do atleta. O elogio do ciclista está bem patente, também, numa foto-legenda que o Diário de Notícias publica como "foto da semana", e onde se lê: "Morreu o «emigrante número um», o homem que só tinha amigos e admiradores. É difícil chegar-se, como Joaquim Agostinho, a uma tal posição de notoriedade e conseguir não contar com uma só pessoa que lhe tenha encontrado uma nódoa no seu comportamento ou

[78] "Joaquim Agostinho perdeu a corrida da sua vida" (1984) *Correio da Manhã*, 11 de maio, pp. 36-37.
[79] Santos, H. F. (1984) "Milhares de pessoas despediram-se de Agostinho", *Correio da Manhã*, 12 de maio, pp. 36-37.
[80] "Joaquim Agostinho perdeu a corrida da sua vida" (1984), *Correio da Manhã*, 11 de maio, pp. 36-37.
[81] Santos, H. F. (1984) "Milhares de pessoas despediram-se de Agostinho", *Correio da Manhã*, 12 de maio, pp. 36-37.
[82] Cordeiro, A. (1984) "A corrida da vida acabou para Agostinho", *Diário de Notícias*, 11 de maio, p. 12.
[83] "Uma grande estrela de vocação tardia" (1984) *Diário de Notícias*, 11 de maio, p. 13.
[84] *Idem*.
[85] *Idem*.

carácter"[86]. As marcas de pesar encontram-se em vários excertos da reportagem do velório: "a tristeza e a comoção são iguais em todos e em cada um, jornalistas incluídos (…) no fundo todos esperávamos um qualquer milagre e não o desenlace fatal (…) malogrado campeão (…) com a morte, e sobretudo de um ente querido, irrompem, em nós, temores e mistérios que dificilmente disfarçamos e que mais dificilmente ainda compreendemos nos semblantes de quem a sofre e encara de frente"[87]. A subjetividade que encontramos em termos como "no fundo todos esperávamos" ou o facto de o jornalista não só se incluir a ele, mas a todos os profissionais da comunicação social, permite-nos sublinhar, uma vez mais, este sentimento de perda conjunta, como se o próprio jornalista, que acompanha o velório enquanto profissional, simultaneamente o integrasse com o pesar próprio de quem vive o luto pela morte do ciclista. Dez anos depois, o texto que assinala a efeméride da primeira década da morte de Joaquim Agostinho, uma biografia, deixa-nos constatar que a existência de adjetivação não se tratava apenas de uma marca de subjetividade própria da escrita da época. Dez anos depois, podemos ler frases como: "qualidades e craveira profissional e moral (…) carreira brilhante (…) Agostinho era grande entre os maiores (…) um símbolo, um herói simples do povo (…) nunca mais outro grande campeão voltou a impor o seu valor e talento (…) o talento e a força (…) o melhor ciclista português de todos os tempos"[88].

O mesmo podemos encontrar no Jornal de Notícias. "Grande campeão" ou "o maior ciclista de todos os tempos"[89] são apenas alguns dos exemplos das qualidades atribuídas a Joaquim Agostinho. À semelhança dos outros jornais, são ainda mencionadas caraterísticas pessoais do atleta, como heroísmo, humildade ou coragem. São, aliás, as biografias que revelam maior número de adjetivos ou juízos de valor, sendo neste caso de realçar a presença dos mesmos na reportagem do velório. Merece ainda destaque o facto de o texto publicado pelo Jornal de Notícias com o título "Duas vezes no pódio dos Campos Elísios"[90] ser exatamente igual àquele que o Correio da Manhã[91] publicou nessa mesma edição, o que nos leva a concluir que deverá ter sido enviado pelo gabinete de comunicação do Sporting ou disponibilizado por uma agência de notícias. Também no Jornal de Notícias estão bem patentes as marcas de subjetividade, em excertos como: "Não

[86] "A Foto da semana" (1984) *Diário de Notícias*, 13 de maio, p. 2.
[87] Cordeiro, A. (1984) "A corrida da vida acabou para Agostinho", *Diário de Notícias*, 11 de maio, p. 12.
[88] Martins, V. S. (1994) "O lugar vazio de um campeão", *Diário de Notícias*, 10 de maio, p. 22.
[89] "Corrida contra a morte terminou às 9,37 horas" (1984) *Jornal de Notícias*, 11 de maio, pp. 11-12.
[90] "Duas vezes no pódio dos Campos Elísios" (1984) *Jornal de Notícias*, 11 de maio, pp. 11-12.
[91] "Final trágico e inglório para uma carreira brilhante" (1984) *Correio da Manhã*, 11 de maio, pp. 36-37.

imaginará, por certo, o leitor a verdadeira maratona que constituiu o funeral do maior ciclista português de todos os tempos"[92] ou "chegando nalguns casos a ser derrotado pelo nosso campeão"[93], uma reportagem e uma notícia. O uso do pronome pessoal "nosso" ou o discurso dirigido diretamente ao leitor denotam, uma vez mais, o sentimento de união de um país em volta da figura que acabara de morrer. Ainda de realçar, aquando dos 10 anos da morte de Agostinho, que o Jornal de Notícias volta a utilizar termos como "o melhor ciclista português de todos os tempos"; "era uma força da natureza"; e "melhor corredor nacional"[94], o que mostra, mais uma vez, que a adjetivação não é apenas fruto do estilo de escrita próprio dos jornais dos anos 80, pois subsiste 10 anos depois numa notícia.

4.5 António Variações

Irreverente e reconhecido músico português, António Variações, nome artístico de António Joaquim Rodrigues Ribeiro, nasceu a 3 de dezembro de 1944, no lugar do Pilar, freguesia de Fiscal, concelho de Amares, distrito de Braga. António Variações parte para Lisboa aos 12 anos de idade e lá começou a trabalhar como marçano (entregador de encomendas) numa mercearia, enquanto continua a estudar à noite (Gonzaga, 2006: p.61).

No início dos anos 70 António Variações viaja para Londres, onde permanece até 1972, sendo que após o regresso a Portugal trabalhou num cabeleireiro na Parede e num salão no Algarve. Em 1974 parte para Amesterdão, para aperfeiçoar a sua arte como cabeleireiro e tirar um curso.

De regresso a Portugal, em 1976, Variações vai trabalhar para o Ayer, o primeiro cabeleireiro unissexo em Lisboa. Paralelamente ao trabalho como cabeleireiro, em 1977 António Variações estreia-se como cantor no bar *gay* Scarllaty.

Em 1978 António Variações vai trabalhar para o salão "O Baeta", no Centro Comercial Alvalade, e um ano mais tarde sai para abrir a sua própria barbearia, na Rua de São José, na baixa de Lisboa, chamada "Pró Menino e Prá Menina" (Gonzaga, 2006: p.161). Mantendo o trabalho na barbearia durante o dia, António Variações começa a dar espetáculos à noite com o grupo Variações.

[92] "Agostinho: um imenso pelotão de dor" (1984) *Jornal de Notícias*, 12 de maio, pp. 15-16.
[93] "Hinault enviou coroa de flores" (1984) *Jornal de Notícias*, 12 de maio, p. 16.
[94] "Joaquim Agostinho: a saudade tem 10 anos" (1994) *Jornal de Notícias*, 10 de maio, p. 21.

Em 1978 o cantor grava uma maqueta com alguns temas e apresenta-a na Valentim de Carvalho, editora com a qual acaba por assinar contrato. Entretanto, em 1980, o programa da rádio Renascença Meia de Rock foi a casa de Variações gravar três temas, um dos quais foi "Toma o Comprimido", por indicação do jornalista António Duarte (Gonzaga, 2006: p.188). A passagem destes temas na rádio ajudou a tornar o cantor conhecido. Por esta altura Variações deu os seus primeiros concertos, na discoteca Trumps e no Rock Rendez-Vous, em Lisboa. A sua excentricidade contribuiu para a fama que alcançou: na sua primeira atuação pública, em 1981, no Passeio dos Alegres, de Júlio Isidro, apresentou-se com uma aspirina de esferovite colocada à volta da cabeça, lançando smarties para o público e para as câmaras.

Em 1982 António Variações grava o primeiro disco, um maxi-single, com apenas dois temas, onde se incluía um dos seus êxitos, "Estou Além", e uma versão do fado de Amália Rodrigues, "Povo que Lavas no Rio", a quem dedicou o disco. Um ano depois lança o primeiro álbum de longa duração, Anjo da Guarda, também dedicado a Amália, que integra alguns dos temas que contribuíram para o êxito do cantor, como "É p'ra Amanhã" e "O Corpo é que Paga" (Gonzaga, 2006: p.215).

Em fevereiro de 1984 o cantor grava o seu segundo LP, "Dar e Receber", e em abril desse ano fez a sua última aparição pública no programa de televisão "A Festa Continua", de Júlio Isidro (Gonzaga, 2006: p.249). Em maio de 1984 António variações dá entrada no Hospital Pulido Valente com um problema brônquio-asmático, sendo depois transferido para o Hospital da Cruz Vermelha (Gonzaga, 2006: p.270). Emagrece 40 quilos e em junho é anunciado o grave estado de saúde do cantor, levantando-se as primeiras especulações de que teria sido diagnosticado com Sida, à época uma doença desconhecida. António Variações viria a falecer naquela unidade hospitalar a 13 de junho de 1984, com 39 anos. O corpo foi velado na Basílica da Estrela e foi sepultado no cemitério de Amares, dois dias depois[95].

Analisámos 48 edições no âmbito da morte de António Variações, 16 de cada um dos jornais escolhidos. Foram tidas em conta as edições entre os dias 14 e 24 de junho de 1984, os onze dias após o falecimento do cantor, bem como as edições das efemérides de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos – 13 de julho de 1984, 13 de dezembro de 1984, 13 de junho de 1985, 13 de junho de 1994 e 13 de junho de 2004.

[95] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.5.1.

4.5.1 Primeiras páginas

No dia a seguir à sua morte, 14 de junho de 1984, em todas as primeiras páginas das publicações analisadas havia uma chamada a fazer referência ao desaparecimento de António Variações.

O Correio da Manhã (Ilustração 6) publica uma chamada no topo da página, junto ao cabeçalho do jornal, com uma foto do rosto de António Variações e o título "Variações surpreendeu-nos: morreu!".

A capa do Diário de Notícias (Ilustração 6) dedica uma pequena coluna, no fundo da página, à chamada da notícia da morte do cantor. Sem qualquer foto, encontramos o título "Morreu António Variações", seguido de um pequeno texto introdutório.

No Jornal de Notícias (Ilustração 6) a primeira página tem uma chamada onde se lê "António Variações morreu", título precedido do antetítulo "Doença galopante não identificada".

Ilustração 6 – Primeiras páginas: António Variações



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 14 de junho de 1984.

O cantor não voltou a ser mencionado nas primeiras páginas das dez edições referentes aos dez dias após ter sido anunciada a sua morte. Quanto aos destaques do dia seguinte à sua morte, eles são equivalentes, com a diferença de o Correio da Manhã ter utilizado uma foto do cantor.

4.5.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu à morte de António Variações, 14 de junho de 1984, o Correio da Manhã e o Diário de Notícias escrevem duas notícias cada um e o Jornal de Notícias publica apenas um artigo. Neste dia, os periódicos publicaram um total de cinco fotografias.

Além da capa, o Correio da Manhã dedica quase uma página inteira à morte de Variações, publicando uma crónica e uma notícia, acompanhadas por duas imagens.

O Diário de Notícias publica duas notícias (uma breve e uma biografia) e uma imagem. Além da capa, ocupa ainda um quarto de uma página no interior do jornal.

No Jornal de Notícias, onde é publicada uma biografia e uma imagem, encontramos uma peça que ocupa três colunas, no centro de uma página com outras notícias da Grande Lisboa.

A morte de António Variações não teve muito destaque nos jornais do dia seguinte. O Correio da Manhã foi aquele que deu maior cobertura ao caso, não só porque a sua chamada de capa acaba por ter mais destaque, na medida em que vem acompanhada de uma fotografia, mas também porque este jornal foi o único que abordou diretamente o mistério em torno da doença que teria vitimado António Variações. Aliás, a evolução da doença de Variações é o foco da notícia do Correio da Manhã sobre a sua morte, constatação que assoma mal lemos o título da notícia: "António Variações é autopsiado hoje"[96].

Já o Jornal de Notícias e o Diário de Notícias limitaram-se a publicar a biografia do cantor, algo que o Correio da Manhã não fez, mencionando no meio do texto a doença não identificada que matou a personalidade. Podemos por isso concluir que o enfoque do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias é biográfico, enquanto a abordagem do Correio da Manhã privilegia as circunstâncias não identificadas da morte de Variações.

4.5.3 Os dez dias após a notícia da morte

Não deixou de nos chamar a atenção que a morte precoce (António Variações tinha 39 anos) de um cantor conhecido tenha merecido tão pouco destaque, algo que confirmámos aquando da análise do período de dez dias após a notícia da sua morte – de 15 a 24 de

[96] Pacheco, J. (1984) "António Variações é autopsiado hoje", *Correio da Manhã*, 14 de junho, p. 12.

junho de 1984. De facto, analisámos um total de cinco páginas com menção a António Variações, o que se traduz em quatro notícias e duas fotografias.

O Correio da Manhã é o responsável pelo maior grau de atenção a este acontecimento, com duas páginas, dois artigos (uma notícia e uma reportagem) e duas imagens, o que se traduz em 0,33% do total de páginas do jornal nestas dez edições.

O Diário de Notícias referencia o cantor em apenas duas das suas páginas nos dez dias após dar a notícia da sua morte, ou seja, um total de 0,39% de espaço. Encontramos apenas dois artigos, sem qualquer imagem, que se traduzem em duas breves.

O Jornal de Notícias, que ao todo referencia a personalidade numa página e num artigo (uma notícia), o que representa 0,27% das páginas destas dez edições.

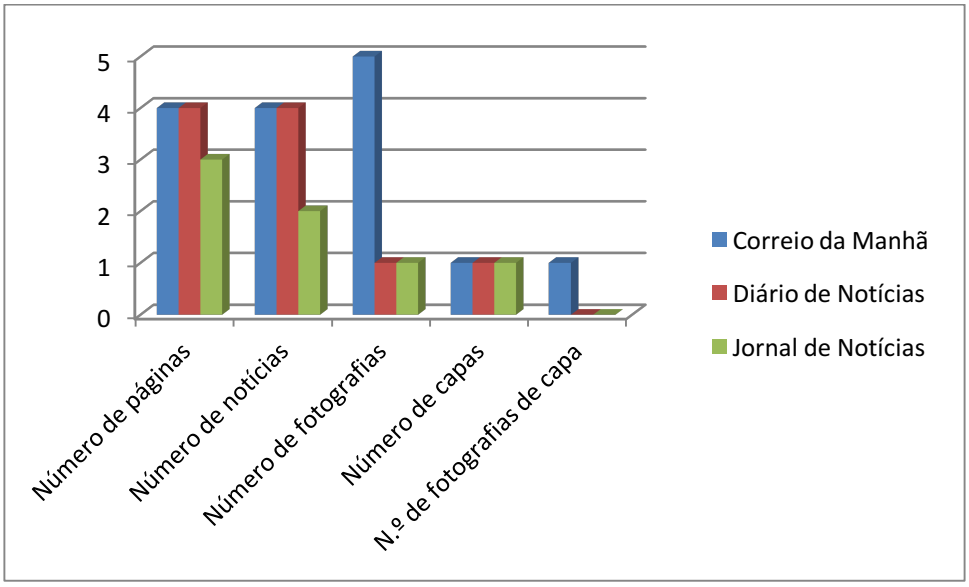
O Correio da Manhã destacou-se por ter dedicado mais espaço do que os seus concorrentes à morte de António Variações (Gráfico 12), nomeadamente por ter feito a cobertura do funeral e por lhe ter dedicado uma página inteira no dia em que noticiou a sua morte, abordando sem medo as causas da sua morte e mostrando-se assim coerente com a sua linha de cobertura noticiosa deste acontecimento. Ainda assim, e tendo em conta o total de páginas das onze edições após a morte do cantor, apenas 0,60% foram destinadas ao acontecimento. Percentagens semelhantes apresentam o Diário de Notícias (0,70%) e o Jornal de Notícias (0,74%), apesar de estes dois periódicos terem escrito notícias bastante menos extensas sobre o caso e não terem acompanhado nenhuma das cerimónias fúnebres de António Variações. Assim, a abordagem destes dois jornais ficou aquém do tratamento dado pelo Correio da Manhã ao tema.

O pouco destaque que a morte do cantor teve nos jornais da época causou-nos alguma estranheza, mas rapidamente percebemos que a doença que vitimou António Variações, a Sida, era ainda uma incógnita, pelo que os periódicos poderão ter escolhido prestar menos atenção ao acontecimento por razões da sua pouca clareza. Recorde-se que a clareza é um dos valores-notícias elencados por Galtung e Ruge e diz que um acontecimento que suscite muitas dúvidas dificilmente chegará a ser notícia. Por outro lado, a excentricidade de António Variações só fez dele um ícone da cultura popular após a sua morte, pelo que, quando morreu, talvez não fosse uma personalidade tão proeminente como poderíamos pensar. O Correio da Manhã foi o único a mencionar a doença (Sida), enquanto o Diário de

Notícias e o Jornal de Notícias destacam que a conclusão da autópsia apontava para uma pneumonia bilateral.

De realçar que, tanto o Correio da Manhã, que fez a cobertura do funeral (algo comprovado pelas fotografias publicadas e pela descrição do ambiente), como o Jornal de Notícias, que apenas mencionou a cerimónia, utilizam exatamente as mesmas declarações, dos mesmos artistas: Amália Rodrigues, Luís Represas, Lena D'Água, Alexandre Ruas e Rui Veloso. Se à primeira vista poderia ficar a ideia de que o Correio da Manhã recolheu esses testemunhos durante o funeral, quando nos deparamos com a reprodução das mesmas declarações no Jornal de Notícias concluímos que elas terão sido disponibilizadas por uma agência de notícias ou pelo gabinete de comunicação da editora.

Gráfico 12 – António Variações: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.5.4 As efemérides

Quanto às efemérides, apenas os 20 anos foram assinalados, o que é mais um sinal da pouca importância que os jornais da época deram à morte de António Variações. Sendo nós defensores que muita da importância conferida a António Variações no panorama musical foi sendo construída nos anos que se seguiram à sua morte, talvez até fizesse sentido que, pelo menos, a primeira década após a sua morte fosse assinalada, algo que não aconteceu.

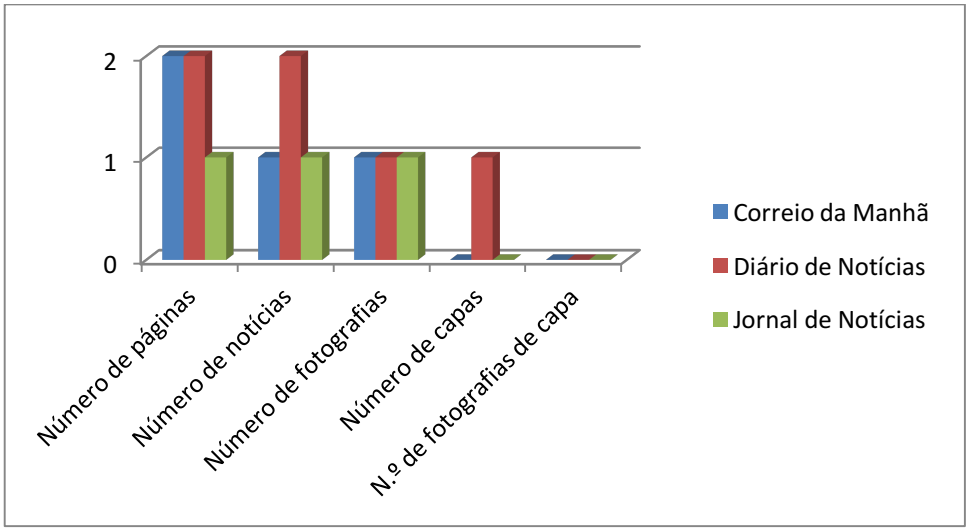
Ainda assim, os 20 anos após a morte de António Variações figuraram no Correio da Manhã que, a propósito da intenção da EMI-Valentim de Carvalho em lançar um álbum comemorativo com originais do cantor, escreveu uma biografia sobre a personalidade.

O Diário de Notícias foi o único jornal que fez uma chamada de capa nos 20 anos após a morte de António Variações, escolhendo o título "António Variações: disco com inéditos 20 anos depois". O jornal dedica quase uma página inteira ao tema, com uma biografia e uma cronologia e aborda essencialmente o percurso do cantor.

Também o Jornal de Notícias assinala os 20 anos após a morte de António Variações, com uma notícia onde aborda o novo álbum de originais que havia sido anunciado, aproveitando para recordar brevemente a carreira do cantor.

Apesar de o destaque das efemérides ser semelhante nos três jornais (Gráfico 13), o Diário de Notícias destacou-se dos restantes por conter uma cobertura mais completa e uma menção na primeira página. Ao nível do conteúdo, mais uma vez, apenas o Correio da Manhã fala na doença sida para se referir à doença que matou António Variações, enquanto o Jornal de Notícias menciona apenas que o cantor faleceu de pneumonia bilateral extensa e o Diário de Notícias diz apenas que ele estava doente, nunca mencionando a doença.

Gráfico 13 – António Variações: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.5.5 As imagens

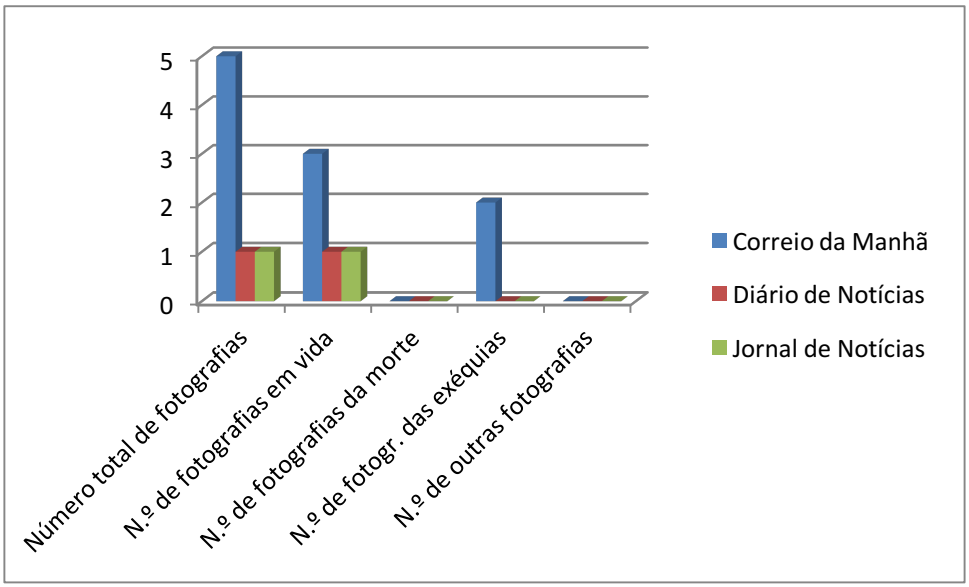
No que diz respeito às imagens, foram publicadas sete fotografias nos onze dias após a morte de António Variações.

O Correio da Manhã foi aquele que publicou o maior número de fotografias de António Variações (cinco). Três delas são imagens do músico em vida e as restantes duas retratam o funeral: uma das fotografias mostra o caixão a ser carregado e a outra retrata as lágrimas de alguns anónimos presentes.

Tanto o Diário de Notícias, como o Jornal de Notícias, publicam, cada um deles, apenas uma fotografia de António Variações, no dia em que noticiam a sua morte.

Face às diferenças de tratamento, existe uma discrepância entre o Jornal de Notícias e o Diário de Notícias, por um lado, e o Correio da Manhã, por outro (Gráfico 14). Esta fraca relação com a imagem por parte do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias está relacionada com o escasso conteúdo informativo que foi publicado. Assim, o facto de o Correio da Manhã destinar mais espaço à cobertura da morte de António Variações, justifica a utilização de um maior número de imagens.

Gráfico 14 – António Variações: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.5.6 Marcas de subjetividade

No que diz respeito à adjetivação e outros elementos com conteúdo subjetivo, todos os jornais analisados atribuem caraterísticas a António Variações. Os textos publicados por

cada um dos três periódicos têm a mesma origem, uma vez que se repetem, com diferenças subtis de linguagem, ou com a supressão de alguns parágrafos.

O Correio da Manhã utiliza expressões como "foi-se impondo na cena musical como um dos seus mais importantes valores originais" ou "muito bem humorado"[97] para atribuir qualidades a António Variações na notícia do seu falecimento. Neste periódico encontramos ainda um excerto em tom de desabafo - "hoje a viagem repete-se… só que infelizmente será a última"[98], como que denotando que o próprio jornalista lamenta a perda do músico. Ainda de realçar um lead num tom demasiado mórbido: "António Variações repousa agora numa cave sombria do Instituto de Medicina Legal. Aí, onde a temperatura ambiente é de 4 graus negativos, está o corpo nu do cantor sem vida, de etiqueta nos pés, esperando a vez para autópsia, a realizar hoje. O frio. O ambiente tétrico, o fim, porque afinal, é verdade"[99].

O Diário de Notícias usa a biografia do cantor para destacar o seu "permanente bom humor" e a "indumentária um pouco extravagante", tal como fazem os outros jornais. A diferença está no facto de este periódico usar uma expressão num tom não tão elogioso, ao referir que Variações era "considerado um pouco como a «ave rara» da música popular portuguesa"[100]. A expressão "ave rara" aparece entre aspas, mas não é atribuída a ninguém, ficando o leitor sem perceber se ela foi utilizada pelo próprio jornal ou por terceiros.

Também no Jornal de Notícias se repete a adjetivação utilizada, mais uma vez numa biografia. Expressões como, "era considerado como um dos mais importantes valores da música contemporânea"; "sempre extravagante" ou "muito bem-humorado"[101] foram as marcas de subjetividade encontradas.

A propósito das marcas de subjetividade encontradas aquando da efeméride dos 20 anos após a morte de Variações, é curioso verificar uma certa unanimidade em considerar o cantor como uma referência musical. O Correio da Manhã chama-lhe "um dos maiores e mais excêntricos renovadores da canção portuguesa"[102], enquanto o Diário de Notícias descreve António Variações como "um dos mais inspirados e característicos autores e

[97] Pacheco, J. (1984) "António Variações é autopsiado hoje", *Correio da Manhã*, 14 de junho, p. 12.
[98] *Idem*.
[99] *Idem*.
[100] "Morreu António Variações" (1984) *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 15.
[101] "António Variações – a morte aos 39 anos" (1984) *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. 8.
[102] Fidalgo, V. (2004) "Variações partiu há 20 anos", *Correio da Manhã*, 14 de junho, p. 69.

intérpretes do pop/rock nacional"[103]. Por sua vez, o Jornal de Notícias considera que o cantor "era, indiscutivelmente, um artista de primeira linha"[104].

4.6 José Afonso

José Manuel Cerqueira Afonso dos Santos nasceu a 2 de Agosto de 1929, em Aveiro e mudou-se para Angola em 1933, quando tinha três anos e meio, onde ficou até iniciar e a instrução primária, tendo depois regressado a Aveiro. Mudou-se para Coimbra em 1940 e prossegue os estudos no Liceu D. João III, onde conhece António Portugal e Luiz Goes (Salvador, 1999: p.27).

Em 1945 José Afonso canta as primeiras serenatas e fica conhecido como "bicho-cantor" (Salvador, 1999: p.143). Durante os anos que se seguiram José Afonso integra o Orfeão e a Tuna Académica e joga futebol na Associação Académica de Coimbra. Em 1949 ingressa no curso de Ciências Histórico-Filosóficas da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

No início da década de 50 grava dois discos de 78 rotações com fados de Coimbra, editados pela Alvorada, e em 1956 grava o primeiro single, "Fados de Coimbra". Em 1958 Zeca Afonso era vocalista do Conjunto Ligeiro. Em 1960 edita o seu quarto álbum, "Balada do Outono" e dois anos depois sai o disco "Coimbra Orfeon of Portugal", com uma editora norte-americana, álbum que integra duas baladas, "Minha Mãe" e "Balada Aleixo", onde é acompanhado exclusivamente à viola, rompendo assim com a guitarra.

Em 1963, numa atuação na Sociedade Musical Fraternidade Operária Grandolense, inspira-se para compor o tema "Grândola, Vila Morena" (Salvador, 1999: p.148). Ao mesmo tempo mantinha a atividade de docente, tendo lecionado em vários pontos do país. Ainda em 1968 edita o álbum "Cantares do Andarilho", com Rui Pato e entretanto assina contrato com a editora discográfica Orfeu.

Em 1970 é editado o disco "Traz Outro Amigo Também", gravado em Londres. No Natal do ano seguinte lança "Cantigas do Maio", gravado em França, e um ano depois saiu o álbum "Eu Vou Ser Como a Toupeira", gravado em Madrid.

[103] Galopim, N. (2004) "Uma alma pop encontrada entre Braga e Nova Iorque", *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 48.
[104] "António Variações reinterpretado 20 anos depois" (2004) *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. 39.

Em abril de 1973 Zeca Afonso é preso em Caxias, onde fica até finais de Maio, fruto do seu envolvimento com os movimentos que contestam o regime (Salvador, 1999: p.151). Em dezembro desse ano edita o álbum "Venham Mais Cinco", gravado em Paris, e a 29 de Março de 1974 enche o Coliseu de Lisboa, num espetáculo onde participaram também Adriano Correia de Oliveira, José Jorge Letria, Manuel Freire, José Barata Moura, Fernando Tordo e outros. O concerto termina com a música "Grândola, Vila Morena" e os militares do Movimento das Forças Armadas que assistiam, e que na época preparavam a Revolução do 25 de Abril, escolhem aquela música para ser a senha (Salvador, 1999: p.152).

Após o 25 de Abril Zeca Afonso edita o álbum "Coro dos Tribunais", gravado em Londres, e nos dois anos após a revolução envolve-se diretamente nos movimentos populares, estabelecendo uma relação direta com o governo do comunista Vasco Gonçalves, que liderou o PREC.

Já em 1981 José Afonso regressa a Coimbra e lança o disco "Fados de Coimbra e Outras Canções" e no ano seguinte aparecem os primeiros sintomas da doença do cantor: esclerose lateral amiotrófica (Salvador, 1999: pp.156-157). Na noite de 29 de janeiro de 1983 deu o seu último espetáculo, no Coliseu dos Recreios, em Lisboa, perante cinco mil pessoas (Salvador, 1999: p.23). Dois anos depois é lançado o seu último disco, "Galinhas do Mato", mas o cantor já não consegue dar voz a todos os temas, sendo substituído por outros músicos.

A 23 de fevereiro de 1987 José Afonso morre no Hospital de Setúbal, vítima da doença que lhe havia sido diagnosticada anos antes. O cortejo fúnebre demorou duas horas, num percurso de 1300 metros, e reuniu mais de 30 mil pessoas[105].

Foram analisadas 48 edições dos três jornais, sendo que de cada periódico consideramos 11 edições nos 11 dias após a morte de José Afonso – 24 de fevereiro a 6 de março de 1987. Incluímos ainda as efemérides de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos – 23 de março de 1987, 23 de agosto de 1987, 23 de fevereiro de 1988, 23 de fevereiro de 1997 e 23 de fevereiro de 2007.

[105] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.6.1.

4.6.1 Primeiras páginas

No dia a seguir à sua morte, 24 de Fevereiro de 1987, o falecimento de José Afonso estava presente na capa do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias, mas não do Correio da Manhã.

O Diário de Notícias (Ilustração 7) faz uma chamada com foto, ocupando um quarto da primeira página, com a morte de José Afonso. Com uma imagem do cantor, acompanhada de um pequeno texto introdutório, o título escolhido foi: "A última homenagem a Zeca Afonso", antecedido do antetítulo "Milhares de pessoas em Setúbal".

O Jornal de Notícias (Ilustração 7) tem a primeira página com mais espaço dedicado à morte do cantor. A manchete ocupa a primeira metade da capa do jornal, que usa uma imagem da personalidade acompanhada do título "Zeca Afonso: murchos os cravos de Abril era tempo de morrer". No antetítulo lê-se: "Uma voz que continuará cantando no coração do povo (e na nossa consciência)".

Ilustração 7 – Primeiras páginas: José Afonso



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 24 de fevereiro de 1987.

Nos dias que se seguem, o Diário de Notícias dedica mais uma chamada de primeira página à personalidade, justificada com as exéquias.

No dia a seguir ao funeral de José Afonso também o Jornal de Notícias faz uma chamada com o acontecimento.

A ausência de qualquer referência à morte de José Afonso nas primeiras páginas do Correio da Manhã é reflexo da menor importância atribuída ao caso. Nem a morte, nem o

funeral do cantor foram suficientemente relevantes para o jornal os colocar na sua capa. Já os outros dois jornais consideraram-no relevante para figurar entre os assuntos de capa, sendo que o Jornal de Notícias chegou mesmo a fazer manchete.

No caso do Correio da Manhã, a primeira página do dia após a morte de José Afonso tem como manchete o facto de, no ano de 1986, o número de horas das greves realizadas equivalerem à perda de 384 mil dias de trabalho. A foto de capa são os Carnavais que haviam decorrido na véspera em Torres Vedras e Ovar e há ainda duas chamadas: uma para a entrevista da cantora brasileira Fafá de Belém e outra acerca de um leilão de carros. Já no dia após o funeral, a manchete do Correio da Manhã foram os atrasos dos barcos no porto de Lisboa e a foto de capa um especial sobre o concelho de Alhandra. O jornal incluiu ainda uma chamada sobre uma nova droga a circular no Algarve, outra chamada sobre um grupo de empresários que reclamava 900 milhões de contos do Estado e uma terceira chamada com uma doença vinda de Espanha que poderia atacar as abelhas portuguesas. Em nenhuma das edições, nem as manchetes nem as fotos de capa implicam a ausência de, pelo menos, uma chamada sobre a morte de José Afonso.

4.6.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu ao anúncio da sua morte, o Correio da Manhã, apesar de não ter qualquer referência na capa, dedica uma página ao cantor e o Jornal de Notícias e Diário de Notícias fazem referência à personalidade num total de seis páginas (três em cada diário). Ao todo, nos três periódicos, foram publicadas 15 artigos e 14 imagens.

O Correio da Manhã foi o jornal que prestou menos atenção ao acontecimento. O jornal dedica uma página à morte de José Afonso, onde publica duas imagens do cantor. Os géneros encontrados são uma biografia, uma notícia e uma breve.

No Diário de Notícias são dedicadas três páginas à morte de Zeca Afonso – uma das quais é a capa –, com uma notícia, uma breve, uma biografia, vozes e um artigo de opinião.

Além da capa, o Jornal de Notícias ocupa duas páginas com a morte de Zeca Afonso e escreve sete peças sobre o tema: seis notícias e uma biografia.

Tendo em conta as opções dos três jornais é notória a relevância que o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias deram ao caso, com a publicação de biografias e fazendo a cobertura das exéquias. Quanto ao Correio da Manhã, o facto de ter dedicado uma página inteira a

José Afonso mostra que o tema assume relevância para o periódico, mas a extensão do tratamento é menor em relação aos outros dois diários e essa relevância não é suficiente para o acontecimento figurar na sua capa. De facto, no que toca ao conteúdo noticioso, o velório é apenas mencionado numa notícia, em que se antecipam detalhes do funeral e onde se misturam reações de Mário Soares, Presidente da República e de Vasco Lourenço, presidente da direção da Associação 25 de Abril. O Correio da Manhã não ouviu mais ninguém acerca da morte de José Afonso. Por sua vez, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias fizeram-no, sendo que este último se preocupou em dividir as declarações em duas notícias: de um lado os representantes políticos e do outro as personalidades ligadas à cultura.

4.6.3 Os dez dias após a notícia da morte

Considerando agora para os dez dias após a notícia da morte de José Afonso – 25 de fevereiro a 6 de março de 1987 – encontramos 16 páginas com referências ao cantor, 19 artigos e 11 fotografias.

Durante os dez dias que se seguiram à notícia da sua morte, o Correio da Manhã referencia o cantor em apenas uma página, ou seja, 0,16% do total de páginas que publicou. Esta referência consubstancia-se numa notícia e numa fotografia.

O Diário de Notícias é o jornal que dedica mais espaço à morte desta personalidade, referenciando-o em 2,41% das páginas destas dez edições. Ao longo dos dez dias estudados encontrámos 11 páginas, nas quais figuram 16 peças e seis imagens. Em termos de géneros jornalísticos elencámos cinco artigos de opinião, cinco crónicas, quatro notícias, uma reportagem e uma breve.

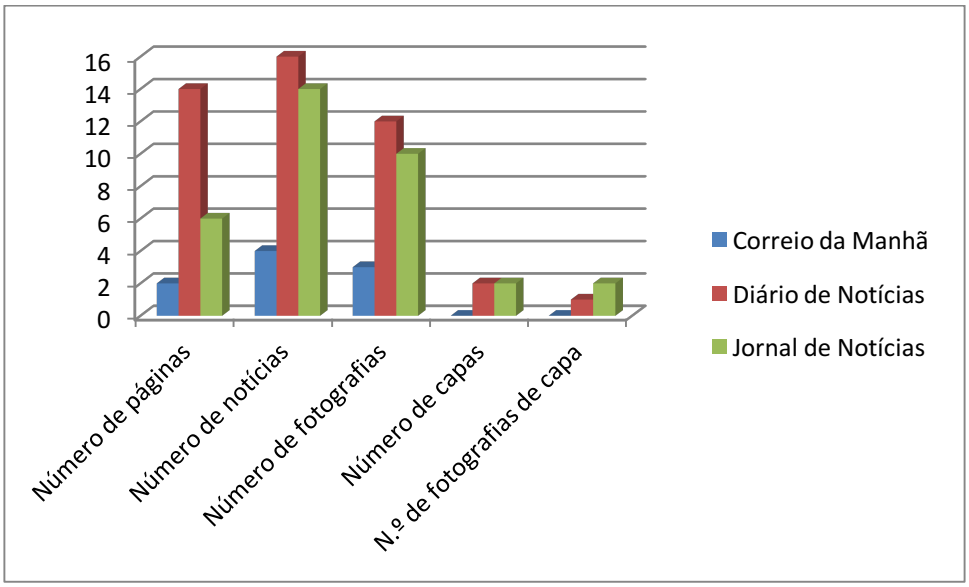
No Jornal de Notícias, o nome da personalidade foi mencionado em três páginas, ou seja, 0,72% do total de páginas publicadas nestes dez dias. Contabilizámos sete artigos (quatro notícias, uma reportagem, uma breve e uma foto-legenda) e quatro imagens, quase todas concentradas no dia após as cerimónias fúnebres.

A atenção mediática do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias é semelhante, sendo de notar o menor espaço que o falecimento de Zeca Afonso tem no Correio da Manhã (Gráfico 15). Neste jornal, o acontecimento ocupou 0,29% das páginas dos onze dias a seguir à sua morte. Já o Diário de Notícias destaca-se enquanto o jornal que escreveu mais páginas sobre o caso, um total de 2,75% do total das onze edições. O Jornal de Notícias

fica no meio, com maior proximidade ao tratamento do Diário de Notícias do que do Correio da Manhã: 1,32% das suas páginas foram sobre a morte de José Afonso. De realçar que em nenhum dos títulos lhe dedicou espaço em editorial e que a presença significativa de artigos de opinião no Diário de Notícias denota a reação de pesar dos leitores e dos cronistas do jornal, ao contrário do que acontece com os outros dois periódicos, onde a opinião está totalmente ausente. Quanto à cobertura do funeral de José Afonso, a opção editorial do Correio da Manhã fica muito aquém da cobertura noticiosa dada pelos jornais concorrentes, que fizeram reportagens sobre o evento, enquanto o Correio da Manhã escreveu uma notícia.

A explicação pela menor atenção que o Correio da Manhã prestou à morte de José Afonso, talvez deva ser encontrada no facto de se tratar de um cantor de intervenção, que compôs uma das músicas que serviu de senha para o início da mobilização das tropas, na madrugada de 25 de Abril, e de ser uma figura que esteve ligada aos movimentos políticos de esquerda. Assim, e apesar de ter sido importante a sua ação no campo cultural, e especificamente na música e no fado, a opção do Correio da Manhã não pode ser dissociada do contexto político do país e do próprio posicionamento ideológico de José Afonso, conhecido pela associação da sua arte a uma determinada ideologia política. Não nos tendo sido possível identificar um posicionamento ideológico deste jornal, fica claro que José Afonso, apesar da importância que teve para a vida cultural do país, não merece a mesma cobertura que outras personalidades tiveram, como foi, por exemplo, o caso de Joaquim Agostinho, como acabámos de ver. Podemos ainda argumentar que o desporto assume mais peso do que a cultura para o Correio da Manhã, mas os restantes estudos de caso não nos permitem afirmar isso com certeza.

Gráfico 15 – José Afonso: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.6.4 As efemérides

No que toca às efemérides, o Diário de Notícias e o Jornal de Noticias assinalaram, com uma peça cada, o primeiro aniversário da morte de José Afonso. Registámos a existência de uma crónica de uma leitora no Diário de Notícias e uma notícia evocativa do seu falecimento no Jornal de Notícias, acompanhada de uma imagem, que recupera o trajeto profissional do cantor e as circunstâncias da sua morte, a par das homenagens que estavam previstas para aquele dia.

No dia em que passam dez anos sobre a sua morte, o Correio da Manhã publica uma notícia onde destaca as comemorações que estão agendadas para aquele dia e recupera também um pouco da vida e obra de José Afonso. Elenca, ainda, a sua discografia, com uma cronologia. Na data dos 20 anos após a morte do cantor, o Correio da Manhã coloca uma chamada com foto na sua primeira página, com o título "Zeca Afonso. Intervenção entregue a hip-hop" e dedica duas páginas ao tema, com um total de seis breves, cinco vozes e uma notícia, sobre a nova geração de músicos e o papel interventivo que a música que José Afonso teve nas décadas de 70 e 80.

O Diário de Notícias faz na sua capa uma pequena chamada com foto, para as duas páginas que dedica a José Afonso, no dia em que se completam dez anos da sua morte. No interior encontramos cinco peças: duas notícias, uma biografia, uma cronologia e uma breve. Na segunda década após a morte de José Afonso, a efeméride é a foto de capa do Diário de

Notícias, com o título "José Afonso 20 anos depois". No interior encontramos duas páginas inteiras, compostas por três breves, uma notícia, uma cronologia e um artigo de opinião. A notícia principal recolhe vozes de músicos contemporâneos para falar do legado de José Afonso.

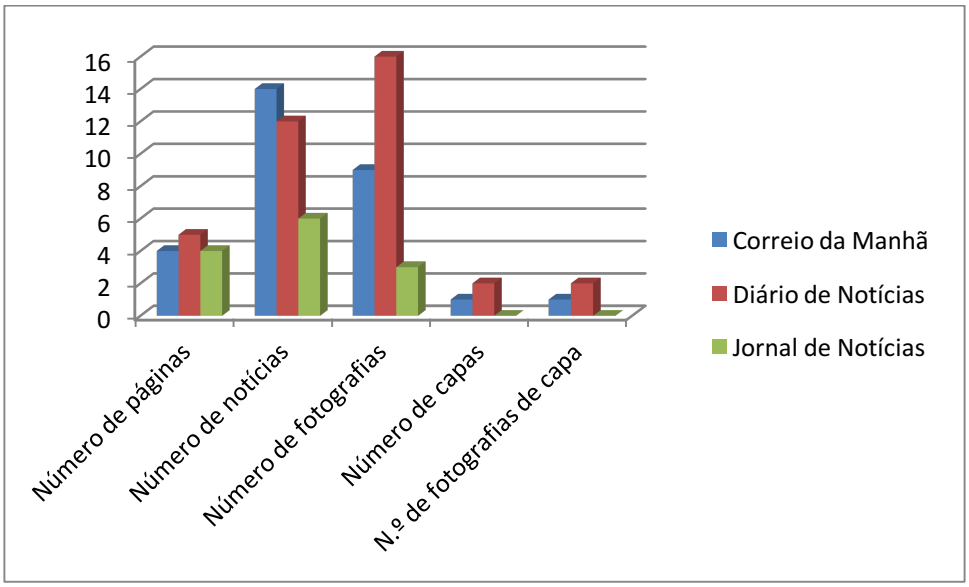
No Jornal de Notícias encontramos uma notícia, a uma coluna, sem qualquer imagem, sobre as comemorações dos dez anos passados após a morte de Zeca Afonso que iriam decorrer na cidade de Setúbal. Passados os 20 anos passados da morte do cantor, o jornal publica uma notícia sobre o legado de José Afonso, ouvindo alguns músicos que reiteram a importância do cantautor e antecipando o programa de homenagens que iria decorrer nesse dia.

A evocação da memória de José Afonso parece mais consensual, dez e vinte anos após a sua morte (Gráfico 16). Assumindo que a sua ligação ideológica à esquerda possa ter motivado um tratamento menos amplo da sua morte por parte do Correio da Manhã, dez anos depois as marcas da ditadura e dos anos de transição já estão menos vivos na memória do país e o cantor já pode ser mais recordado pela sua ação na música do que pelo seu posicionamento político.

Ainda assim, não deixa de ser notório o tratamento diferenciado do Diário de Notícias, que, aquando dos dez anos sobre a morte de José Afonso, considera o facto suficientemente relevante para figurar na sua capa e ainda lhe dedica duas páginas no interior do jornal.

Quanto ao destaque mais extenso que o cantor teve aquando dos 20 anos passados sobre a sua morte, é de notar a mesma abordagem nos três periódicos. Ainda que tenham evocado o cantor, as circunstâncias da sua morte e a sua história de vida, os jornais colocaram o enfoque na nova geração de músicos e no legado que José Afonso lhes deixou.

Gráfico 16 – José Afonso: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.6.5 As imagens

Os três jornais publicaram 25 fotografias para ilustrar as notícias publicadas sobre a morte de José Afonso.

O Correio da Manhã foi o que publicou menos imagens: encontrámos apenas duas imagens do cantor e uma imagem do seu caixão fechado, a ser transportado pelo público, no dia do funeral.

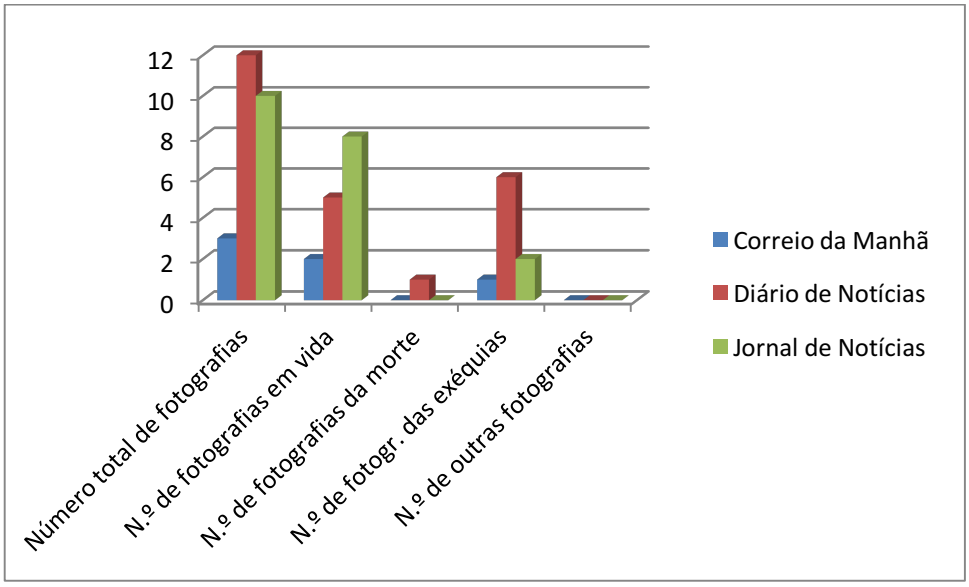
No Diário de Notícias foram publicadas 12 imagens, seis das quais são retratos. Entre as fotografias publicadas, uma mostra o corpo do cantor, dentro do caixão, no dia do velório. A fotografia foi tirada de um ângulo que não permite distinguir nitidamente a figura de José Afonso, mas é notório que se trata de um corpo morto dentro de um caixão. As restantes seis imagens dizem respeito às cerimónias fúnebres e mostram os anónimos e as figuras públicas que marcaram presença.

No Jornal de Notícias contabilizam-se dez fotografias a acompanhar as notícias sobre o falecimento de José Afonso. Destas, oito são imagens do artista em vida e duas retratam o seu funeral. De realçar que, à semelhança do Diário de Notícias, o Jornal de Notícias publica uma imagem de Zeca Afonso morto, dentro do caixão. Apesar de estar rodeado de pessoas, o rosto e perfil do corpo deitado são bem visíveis, ao contrário do que acontece no jornal concorrente.

A publicação da imagem do cadáver continua a ser coerente com as linhas editoriais dos jornais. Estamos já em 1987 e começámos a nossa análise em 1970. Desde então, apenas no caso de Sá Carneiro, por motivos óbvios, não vimos o corpo morto da personalidade nas páginas dos jornais. Podemos identificar uma postura mais distanciada, como no caso de José Afonso, ou mais próxima, como no caso de Joaquim Agostinho, mas o féretro não deixa de estar presente.

Quanto às diferenças entre os periódicos (Gráfico 17), de notar o menor impacto visual no Correio da Manhã, à semelhança do que aconteceu com o conteúdo escrito. O Diário de Notícias destaca-se em número total de imagens e no número de fotografias que retrataram as exéquias.

Gráfico 17 – José Afonso: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.6.6 Marcas de subjetividade

O Correio da Manhã utiliza alguns adjetivos, numa das suas notícias, para descrever o cantor: "Ninguém deve pôr luto por ele. O próprio cantor o pediu. E não custará respeitar esse pedido, porque de facto a morte de Zeca Afonso não «mata» a magnífica obra do artista e do homem que, através da música, sempre teve coragem de lutar por aquilo que achava justo (…) uma voz portentosa e ímpar (…) importante figura da música mais próxima do coração do povo"[106].

[106] "Morte pára Zeca Afonso mas fica a sua voz" (1987) *Correio da Manhã*, 24 de fevereiro, p. 57.

O Diário de Notícias é o jornal que usa maior número de palavras elogiosas para falar de Zeca Afonso, marcas também presentes em três notícias. O periódico descreve o cantor como um "lutador por ideais de justiça social"[107], um "grande cantor e compositor", detentor de uma "excelente voz" [108]. Com várias marcas de subjetividade, encontrámos nos textos noticiosos do jornal expressões como: "a sua obra não foi em vão (…) viveu com a dignidade dos que lutam pela sua verdade (…) se outra [vida] há (houver), Zeca Afonso, nesta, cumpriu a sua missão"[109]. Ainda de realçar o tom acusatório com que se critica a postura da cidade de Coimbra face ao desaparecimento de José Afonso, pelo facto de o cantor ali ter vivido parte da sua vida. O texto começa por dizer que a atribuição do seu nome a uma rua foi a forma através da qual a Academia de Coimbra "tentou assim redimir o esquecimento em que, sem quaisquer escrúpulos, o manteve, enquanto viveu". No mesmo texto lê-se que "a câmara esperou pela sua morte para pregar o seu nome numa rua da cidade" e a crítica vai ainda em direção ao Diário de Coimbra, acusando-se o jornal de não ter publicado qualquer fotografia do cantor: "não fora a decisão camarária e não teria título para a notícia – assim arranjou duas colunas na primeira página"[110].

No Jornal de Notícias encontrámos expressões como "referência da música popular portuguesa" e ainda "reconhecimento generalizado da sua importância como compositor e intérprete"[111], marca presente na biografia que é dedicada ao cantor. Simultaneamente é possível identificar a assunção de que o pesar não foi expresso de forma livre, quando o jornal escreve, numa notícia, que a "voz (e memória) de Zeca é mais livre no país vizinho"[112]. Outro dos exemplos encontrados quando do primeiro aniversário da sua morte fala de José Afonso como "um nome que não mais se esquecerá depois de morto, mas que, infelizmente, muito maltratado foi em vida", sendo que o periódico o define ainda como "um homem que marcou, quer queiramos quer não, este país que é Portugal"[113].

No que toca às marcas de subjetividade, encontrámos três jornais mais contidos na atribuição de qualidades ao cantor e mais cautelosos no modo de classificar a sua obra e o

[107] "A última homenagem a Zeca Afonso" (1987) *Diário de Notícias*, 24 de fevereiro, p. 1.
[108] L. M. (1987) "Zeca Afonso vai hoje a enterrar", *Diário de Notícias*, 24 de fevereiro, pp. 20-21.
[109] *Idem*.
[110] J. F. (1987) "Nome do cantor numa rua de Coimbra", *Diário de Notícias*, 25 de fevereiro, pp. 12-13.
[111] "Uma obra de mais de 40 anos" (1987) *Jornal de Notícias*, 24 de fevereiro, p. 6-7.
[112] "Espanha não esperou que o poeta morresse para o coroar" (1987) *Jornal de Notícias*, 25 de fevereiro, p. 8.
[113] Quaresma, J. (1988) "Foi-se o ser e ficou a memória", *Jornal de Notícias*, 23 de fevereiro, p. 34.

seu percurso. A carreira política de José Afonso e o seu envolvimento nos movimentos de esquerda, no 25 de Abril, ocorrido apenas 13 anos antes, talvez expliquem a ausência do tom elogioso que encontrámos em Sá Carneiro ou Joaquim Agostinho, isto só para mencionar as personalidades analisadas durante esta época e já em período de liberdade de imprensa. O Diário de Notícias foi o periódico que usou o tom mais emotivo para falar sobre a morte de José Afonso e para noticiar o seu funeral.

O Correio da Manhã é o jornal onde menos se nota este tom apologético nas notícias sobre o cantor. Por seu lado, o Diário de Notícias não só é o jornal com maior número de marcas de subjetividade, como chega a criticar quem não dá a devida importância a José Afonso. Aliás, aquando dos 20 anos da morte do cantor, este jornal diz isso mesmo:

> "Os consensos nunca foram o ponto forte de Zeca Afonso, mas, 20 anos cumpridos sobre a sua morte, o reconhecimento sobre a importância da obra que legou aproxima-se precisamente daquele grau pleno de aceitação que o autor de "Filhos da Madrugada" sempre considerou pernicioso, devido ao risco de inebriar os autores e afastá-los do que realmente importa"[114].

4.7 Carlos Paião

Intérprete, instrumentista, produtor e compositor, Carlos Manuel Marques Paião nasceu em Coimbra a 1 de novembro de 1957, filho de Carlos Manuel Teles Paião, oficial náutico, e Ofélia Maria Machado Marques, professora primária, e viveu a sua infância em Ílhavo. Em 1974 cumpriu um ano de serviço cívico no Hospital de Cascais e um ano depois ingressou no curso de Medicina, na Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Nova de Lisboa. Quatro anos mais tarde apresentou-se na RDP Centro a cantar e a tocar piano e enviou algumas das suas composições para a Valentim de Carvalho, mas quem os recebeu não gostou (Paula, 2011: p.28).

Entretanto, o primo de Carlos Paião, o letrista Manuel Paião, pediu a Mário Martins, editor da Valentim de Carvalho, que ouvisse os temas do cantor. O responsável contactou Carlos Paião, que acabou por assinar contrato com a EMI-Valentim de Carvalho em 1978. Nesse mesmo ano, a 15 de dezembro, venceu o VI Festival da Canção de Ílhavo com o tema "Canto de Guerra", melhor letra, música e interpretação (Paula, 2011: p.33). Em 1981 Carlos Paião edita o seu primeiro disco, um single com dois temas: "Souvenir de Portugal" e "Eu Não Sou Poeta". Nesse mesmo ano venceu o XVII Festival RTP da Canção com o

[114] Almeida, S. (2007) "Zeca disperso pelo país", *Diário de Notícias*, 23 de fevereiro,p. 34.

tema "Play-Back" e representou Portugal na Eurovisão, em Dublin, tendo alcançado o 18.º lugar. No ano seguinte Carlos Paião voltou à competição nacional do festival da canção como letrista. Cândida Branca Flor interpretou o tema "Trocas e Baldrocas", mas terminou em segundo lugar.

O primeiro álbum de longa duração de Carlos Paião é editado em 1982, composto por dez temas originais, e chamou-se "Algarismos" (Paula, 2011: p.81). Em 1985 é editado o primeiro disco da coleção "O Melhor de…", da Valentim de Carvalho, com 14 temas de Carlos Paião. No ano seguinte participa no XV Festival da Canção Popular de Tóquio com a música "Lá Longe Senhora" e integra o júri do concurso da RTP "Com Pés e Cabeça" (Paula, 2011: p.121; 129). Entre 1981 e 1988, Carlos Paião editou dois álbuns de originais e treze singles, entre os quais "Cinderela", "Vinho do Porto (vinho de Portugal)", "Arco-Íris", "Versos de Amor", "Cegonha", "Play-Back", "Marcha do Pião das Nicas" e "Pó de Arroz". O segundo disco de longa duração, "Intervalo", foi editado em 1988 e era composto por dez músicas originais (Paula, 2011: p.105). Para televisão Carlos Paião escreveu as canções interpretadas por Serafim Saudade, personagem de Herman José no programa Hermanias de 1984 e para a personagem de José Estebes, também interpretada por Herman José, no programa de 1988 Humor de Perdição.

Carlos Paião morreu no dia 26 de Agosto de 1988, a caminho de um espetáculo em Penalva do Castelo. O carro onde seguia embateu num camião que seguia em sentido contrário, causando a morte de mais um ocupante da viatura. O cantor morreu no dia em que se deu o grande incêndio do Chiado, que consumiu os armazéns situados naquela zona da baixa lisboeta[115].

Considerámos para análise 48 edições, 16 de cada um dos títulos. Assim, foram analisadas as edições entre os dias 27 de agosto e 6 de setembro de 1988, datas dos 11 dias após o falecimento de Carlos Paião. Incluímos ainda as efemérides de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos – 26 de setembro de 1988, 26 de fevereiro de 1989, 26 de agosto de 1989, 26 de agosto de 1998 e 16 de agosto de 2008.

4.7.1 Primeiras páginas

A morte de Carlos Paião mereceu uma chamada em cada uma das capas dos jornais, no dia seguinte à sua morte, a 27 de agosto de 1988. Em termos de valores-notícia, a morte de

[115] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.7.1.

Carlos Paião disputou o espaço noticioso com outro grande acontecimento ocorrido um dia antes da sua morte, o incêndio do Chiado.

O Correio da Manhã (Ilustração 8) faz uma chamada com foto, no fundo da página, com o título: "Carlos Paião morreu num choque de carros perto de Rio Maior".

No Diário de Notícias (Ilustração 8) encontramos uma chamada a uma coluna, também com uma imagem do cantor, e com o título: "Carlos Paião morre aos 31 anos".

Também o Jornal de Notícias (Ilustração 8) publica uma chamada a uma coluna, acompanhada por uma imagem. O título diz: "Carlos Paião – o fim triste de um cantor alegre".

Ilustração 8 – Primeiras páginas: Carlos Paião



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 27 de agosto de 1988.

O destaque da morte de Carlos Paião nos três jornais é o mesmo e, em cada um dos periódicos, encontramos o incêndio no Chiado como o principal tema de capa. No caso do Correio da Manhã há outro tema, além do incêndio, que tem mais destaque do que a morte do cantor: a guerra de Leonor Beleza contra os equipamentos enferrujados nos hospitais, tema que é manchete. No caso do Diário de Notícias há dois temas com mais destaque do que a morte de Carlos Paião: o apelo do Papa João Paulo II na Polónia e o concurso de construções de areia em São Pedro de Moel e Pedrógão. Quanto ao Jornal de Notícias, além do Chiado, todos os outros destaques de capa assumem o mesmo relevo do que a morte de Carlos Paião, sendo que esta chamada destaca-se pelo facto de conter uma imagem.

4.7.2 O dia seguinte

No dia a seguir ao falecimento de Carlos Paião, 27 de agosto de 1988, o Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias mencionaram o acontecimento, num total de seis páginas: duas em cada um dos jornais. Ao todo foram quatro peças e seis fotografias, sendo que o espaço é equivalente nos três periódicos.

Além da capa, o Correio da Manhã dedica pouco mais de meia página ao falecimento de Carlos Paião. O texto noticioso, uma biografia, relata alguns dados sobre o acidente que vitimou o cantor, fruto de declarações prestadas pela GNR, mas o enfoque está na evocação da sua trajetória profissional enquanto cantor.

Apesar do equilíbrio entre todos, o Diário de Notícias é o jornal que dedica menos espaço à notícia da morte de Carlos Paião. Em cerca de um quarto de página relata o acidente, menciona a carreira do cantor e dá voz a alguns testemunhos que elogiaram a figura recentemente desaparecida.

No Jornal de Notícias são publicadas duas notícias sobre a morte de Carlos Paião: uma biografia e uma breve. O conteúdo da biografia versa, igualmente, sobre as circunstâncias da morte, mas o destaque principal é a carreira do músico. No final da biografia o Jornal de Notícias acrescenta as declarações das mesmas personalidades que o Diário de Notícias publicou: o Sindicato das Artes e Espectáculos, a artista Magda Cardoso e a fadista Amália Rodrigues. O facto de esta parte do texto ser exatamente igual leva-nos a concluir que se trata de uma informação veiculada através da Agência Lusa.

O dia após a morte de Carlos Paião não foi preenchido com muitos detalhes sobre este acontecimento. O incêndio do Chiado ainda dominava as atenções, pelo que o acidente poderá ter sido subvalorizado. Ainda assim, o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias foram os periódicos que deram mais destaque ao acontecimento, sendo que este último foi o único que publicou as mensagens de condolências do Presidente da República e do Governo.

4.7.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dias que se seguiram à notícia do seu falecimento – 28 de agosto a 6 de setembro de 1988 – o cantor figurou em duas páginas dos jornais analisados, num total de dois textos e duas imagens.

O Correio da Manhã faz a cobertura do funeral de Carlos Paião, descrevendo o ambiente e as personalidades presentes.

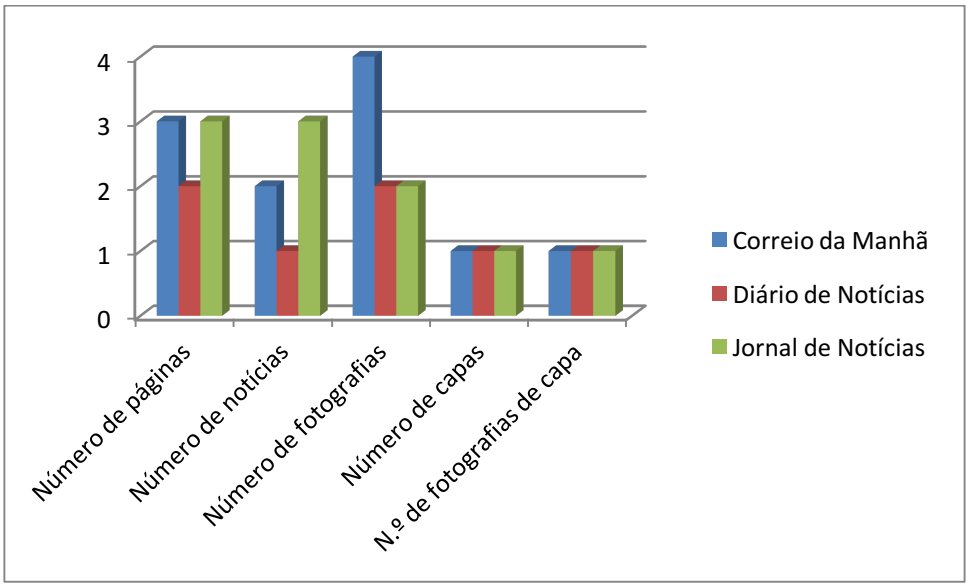
Também no Jornal de Notícias o artigo publicado diz respeito ao funeral de Carlos Paião. No entanto, face à peça diminuta (uma breve de dois parágrafos) e ausência de imagem, parece-nos que o jornal não esteve no local e limitou-se a constatar que as cerimónias fúnebres aconteceram e que foram muitas as personalidades presentes.

Só o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias referenciaram a personalidade no período em análise. O Diário de Notícias não só foi o jornal que deu menos destaque à morte do cantor no dia após ela acontecer, como não voltou a mencionar o facto nos dias seguintes.

A presença da morte de Carlos Paião nos três jornais analisados é bastante escassa (Gráfico 18), tendo sido, até agora, a personalidade que mereceu menos destaque. Ao longo dos 11 dias que se seguiram ao seu falecimento, o Diário de Notícias dedicou 0,25% das suas páginas ao caso, percentagem que sobe ligeiramente no caso do Correio da Manhã: 0,49%. Não muito longe está o Jornal de Notícias, com o caso presente em 0,64% das suas páginas no total das onze edições. Ainda que o incêndio do Chiado possa ter retirado alguma atenção à morte de Carlos Paião, o facto de, por exemplo, no Diário de Notícias não ser sequer mencionado o seu funeral causa alguma estranheza. Paião morreu num acidente de automóvel, um choque frontal causado pelo motorista do camião que vinha em sentido contrário e que saiu da sua faixa. O apuramento de responsabilidades, bem como os boatos que se seguiram ao enterro do cantor, e que sustentavam a teoria de que ele havia sido enterrado vivo, poderiam ter suscitado interesse noticioso, mas também não encontramos qualquer referência, talvez por a história ser pouco verosímil.

Assim sendo, se numa primeira análise o incêndio do Chiado poderia ter sido o único responsável pelo pouco destaque que a morte por acidente dum jovem cantor, em plena *silly season*, merece nos jornais, os dias seguintes desmentiram essa teoria. A pouca atenção foi, ela mesma, uma opção editorial, sobretudo por parte do Diário de Notícias.

Gráfico 18 – Carlos Paião: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.7.4 As efemérides

Quanto às efemérides, apenas o Correio da Manhã assinalou a data do primeiro aniversário da morte de Carlos Paião. O periódico aproveita o dia que assinala um ano desde a morte do cantor, para fazer uma biografia e recordar a carreira de Paião, num texto acompanhado por uma imagem da personalidade.

Mais nenhum jornal referenciou Carlos Paião em nenhuma das efemérides selecionadas. Concluímos, pois, que a sublinhar a pouca atenção que o caso mereceu está a ausência da evocação do cantor nos anos seguintes.

4.7.5 As imagens

Após a morte de Carlos Paião, os três jornais analisados publicaram um total de oito fotografias a acompanhar as peças noticiosas sobre o acontecimento.

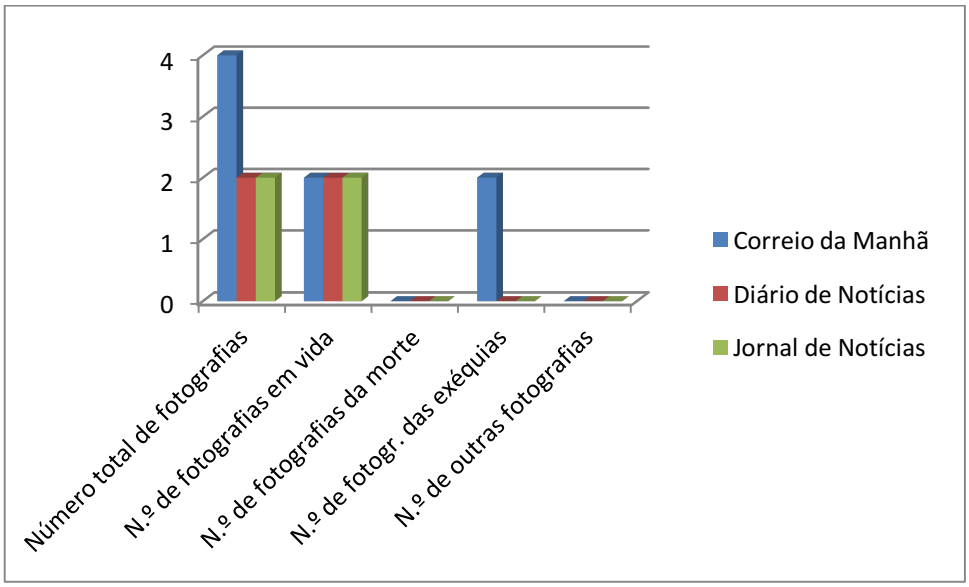
O Correio da Manhã optou por utilizar duas imagens de Carlos Paião em vida e publicou ainda duas fotografias do funeral do cantor, nas quais vemos o caixão a sair da igreja e a consternação das personalidades presentes.

Os retratos publicados pelo Diário de Notícias e pelo Jornal de Notícias são todos de Carlos Paião em vida.

De realçar que o funeral decorreu com o caixão fechado.

O Correio da Manhã foi o jornal que publicou mais imagens (quatro), enquanto os restantes periódicos publicaram duas fotografias cada um (Gráfico 19).

Gráfico 19 – Carlos Paião: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.7.6 Marcas de subjetividade

Os jornais foram parcos na cobertura da morte de Carlos Paião e foram igualmente poucos os adjetivos e marcas de subjetividade encontrados no conteúdo das notícias.

O Correio da Manhã é o periódico mais elogioso, quer na biografia, quer na notícia que publica, lembrando Carlos Paião como "um dos compositores com mais jeito para criar a ligação entre a música e a letra (…) um letrista notável"[116], com uma "presença descontraída (…) um dos nomes mais queridos do panorama artístico nacional"[117]. Ao assinalar a efeméride do primeiro ano após a sua morte, a biografia publicada descreveu ainda Carlos Paião como "magro, tímido, nervoso, optimista"[118].

O Diário de Notícias apenas utiliza a expressão "popular artista"[119] para descrever Carlos Paião. O Jornal de Notícias destaca o "grande êxito" do artista de quem "sobressaía sempre o seu bom humor", facto que lhe vale a classificação de "cançonetista bem-disposto", para quem "a sorte foi madrasta"[120]. Estas expressões não permitem, no entanto, ouvir a voz do

[116] "Carlos Paião morre em acidente de viação" (1988) *Correio da Manhã*, 27 de agosto, p. 18.
[117] "Muitos populares no adeus a Carlos Paião" (1988) *Correio da Manhã*, 28 de agosto, p. 14.
[118] "Carlos Paião deixou-nos há um ano" (1989) *Correio da Manhã*, 26 de agosto, p. 50.
[119] "Morreu o cantor Carlos Paião" (1988) *Diário de Notícias*, 27 de agosto, p. 21.
[120] "Carlos Paião: fim triste de um cançonetista bem-disposto" (1988) *Jornal de Notícias*, 27 de agosto, p. 47.

jornalista, nem considerar que estejamos perante textos pautados por um elevado grau de subjetividade.

4.8 Miguel Torga

Adolfo Correia da Rocha nasceu a 12 de agosto de 1907 em São Martinho da Anta, uma aldeia de Sabrosa, no distrito de Vila Real, Trás-os-Montes, no seio de uma família rural. Após uma temporada no Brasil, regressou a Portugal em 1925 e ingressou no liceu em Coimbra, tendo completado sete anos de ensino em três anos letivos. Em 1928 Adolfo Rocha inicia os seus estudos na Faculdade de Medicina da Universidade de Coimbra.

É durante os seus anos de estudante que começa a escrever poesia e, em 1928, publica o seu primeiro livro, "Ansiedade", uma colectânea de sonetos e canções. Ao mesmo tempo colaborava já com a revista "Presença", mas, em 1930, termina esta colaboração e funda, juntamente com Branquinho da Fonseca, a revista "Sinal", que teve apenas um número publicado. É nesse mesmo ano que publica o livro "Rampa" (Moreiro, 2001: p.85).

Em 1933 Adolfo Rocha termina a licenciatura em Medicina e vai exercer a profissão em São Martinho da Anta e Vila Nova (Moreiro, 2001: p.293). Por esta altura, já tinha lançado os livros "Tributo" (1931) e "Pão Ázimo" (1932). Um ano depois, publica o livro de prosa "A Terceira Voz", em cuja capa figura já o nome Miguel Torga, que decidira adotar como pseudónimo para a sua atividade literária (*idem*). O nome Miguel é uma homenagem aos escritores Miguel de Molinos, Miguel de Cervantes e Miguel Unamuno. Já o apelido Torga remonta às suas raízes transmontanas, pois é o nome de uma planta que povoa as encostas de Trás-os-Montes (Moreiro, 2001: p.106).

Na revista Manifesto publica textos contestatários da ação de Franco, em Espanha, e críticos acerca do fuzilamento de Frederico García Lorca (Moreiro, 2001: p.294). Miguel Torga publica então, em 1937, o primeiro volume de "A Criação do Mundo" e, no ano seguinte, "O Terceiro Dia", que continha "constantes e violentas alusões ao carácter fascista da Frente Nacionalista e do seu já incontestado líder, Francisco Franco" (Gonçalves, 1998: p.91). O livro foi apreendido e a 30 de novembro Miguel Torga é preso em Leiria, tendo sido transferido para a prisão política do Aljube a 6 de dezembro. Sai da cadeia em fevereiro de 1940 e, nesse ano e no ano seguinte, publica dois dos seus livros mais emblemáticos, respetivamente "Bichos" e "Contos da Montanha", este último apreendido pela censura e que se editou apenas no Brasil, até 1969 (Moreiro, 2001: p.297).

Em 1960, Miguel Torga é proposto, pela primeira vez, ao Prémio Nobel da Literatura, por indicação de Jean-Baptiste Aquarone, professor da Faculdade de Letras da Universidade de Montepellier e antigo docente da Universidade de Coimbra. Os intelectuais portugueses da época apoiavam Aquilino Ribeiro, mas o prémio acaba por não ser entregue a nenhum dos dois (Moreiro, 2001: pp.300-301). Nos anos que se seguiram Miguel Torga continua a publicar, com destaque para as obras "Câmara Ardente" (1962), "Diário IX" (1964), "Poemas Ibéricos" (1965) e "Diário X" (1968).

Em 1969 recebe o Prémio Literário do Diário de Notícias e, em junho de 1976 recebeu em Bruxelas o Grande Prémio Internacional de Poesia da XII Bienal de Knokke-Heist. Dois anos mais tarde é novamente proposto ao Prémio Nobel, que voltou a não receber, e, no final desse ano, comemora o seu 50.º aniversário como escritor, com uma homenagem nacional na Fundação Calouste Gulbenkian, a cargo da Secretaria de Estado da Cultura (Moreiro, 2001: p.304). Miguel Torga recebeu, em 1989, o Prémio Camões, e um ano depois publica o 15.º volume do "Diário". Em 1991 é proposto pela terceira e última vez para Prémio Nobel da Literatura, desta vez pela Associação Portuguesa de Escritores, mas voltou a não receber a distinção (Moreiro, 2001: p.306).

Miguel Torga morreu a 17 de janeiro de 1995, no Hospital Oncológico de Coimbra, onde permanecia há cinco meses (Moreiro, 2001: p.280). Tinha 87 anos de idade e faleceu vítima de cancro. Foi sepultado sem qualquer cerimónia religiosa na campa da sua família, no cemitério de São Martinho da Anta, junto à qual foi plantada uma torga[121].

Foram consideradas 48 edições respeitantes ao falecimento de Miguel Torga, divididas pelos três jornais. Assim, foram analisadas as edições entre 18 e 29 de janeiro de 1995, que constituem os onze dias após a morte da personalidade, bem como as efemérides de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 29 anos – 17 de fevereiro de 1995, 17 de julho de 1995, 17 de janeiro de 1996, 17 de janeiro de 2005 e 17 de janeiro de 2015.

4.8.1 Primeiras páginas

No dia seguinte à morte de Miguel Torga, 18 de janeiro de 1995, o acontecimento mereceu espaço na primeira página do Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias.

[121] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.8.1.

O Correio da Manhã (Ilustração 9) coloca uma pequena chamada com foto na sua capa, onde se pode ler o título "Torga entrou na eternidade".

Na primeira página do Diário de Notícias (Ilustração 9) encontramos uma chamada lateral a duas colunas, com uma foto do escritor e o título "Miguel Torga: calou-se a palavra insubmissa", acompanhado por um pequeno texto introdutório onde se lê o local do funeral.

Por sua vez, o Jornal de Notícias (Ilustração 9) faz manchete com a morte do escritor. Abaixo do título "Miguel Torga – a última página de um longo diário", o jornal coloca uma imagem de Torga.

Ilustração 9 – Primeiras páginas: Miguel Torga



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 18 de janeiro de 1995.

Só o Jornal de Notícias voltou a referenciar Miguel Torga na sua primeira página, no período de dez dias após ter sido noticiado o seu falecimento. A foto de capa consagrada à personalidade é publicada no dia após o funeral, com o título "S. Martinho de Anta fez as exéquias nacionais a Miguel Torga" e uma imagem das cerimónias fúnebres.

A morte de Miguel Torga não teve, assim, muito destaque nas primeiras páginas dos jornais. O Jornal de Notícias destaca-se dos restantes títulos, não só pelo facto de ter feito manchete com o acontecimento, mas também por ter reportado funeral do escritor novamente na sua capa.

4.8.2 O dia seguinte

Das 45 edições analisadas, aquela que se publicou no dia seguinte à morte de Miguel Torga, 18 de janeiro de 1985, deu origem a 12 artigos, que figuraram em oito páginas dos periódicos. Foram publicadas 17 imagens alusivas ao acontecimento.

Além da capa, o Correio da Manhã dedicou uma página inteira à notícia da morte de Miguel Torga, com uma notícia e uma biografia, acompanhadas por duas imagens, uma das quais é um desenho de Torga entre Cervantes e Unamuno, duas das suas referências literárias.

O Diário de Notícias é o jornal que faz a cobertura mais ampla da morte de Miguel Torga, com três páginas inteiras de texto a abrir o jornal, além da primeira página, onde figuram dez fotografias. Ao longo de sete artigos (três biografias, uma breve, uma cronologia e vozes) o periódico recorda a vida e a obra de Miguel Torga.

O Jornal de Notícias ocupa uma página inteira com Miguel Torga, além da capa do jornal, num total de quatro imagens e três artigos. Encontramos uma biografia, uma cronologia e uma notícia, onde o principal destaque é a vida e obra de Miguel Torga.

O Diário de Notícias foi o jornal que deu mais atenção à morte do escritor, com a publicação de quatro páginas sobre o tema, enquanto a cobertura do Correio da Manhã e Jornal de Notícias é similar, com destaque para este último por razões do seu formato. Apesar de o espaço ser o mesmo, o destaque é maior no Jornal de Notícias do que no Correio da Manhã, na medida em que as páginas daquele jornal têm um formato mais reduzido (cerca de metade do tamanho das páginas do Jornal de Notícias).

Quanto às opções dos três diários, encontramos uma abordagem marcadamente biográfica. As peças com maior destaque em cada um dos jornais foram biografias, sendo, neste âmbito, o Diário de Notícias aquele que faz a abordagem mais exaustiva, uma vez que as biografias do escritor ocupam duas páginas inteiras, denotando a vontade do jornal em dar conta do preenchido percurso profissional da personalidade, bem como o facto de ser uma morte esperada. Também de destacar as personalidades ouvidas por cada jornal, com primazia para representantes do setor literário e para representantes políticos, nomeadamente o Presidente da República, Mário Soares, cujas declarações são reproduzidas pelos três jornais. Ao contrário do que tem acontecido com as personalidades anteriormente estudadas, as exéquias tiveram um destaque muito reduzido. Encontramos

explicação para isto no facto de o corpo ter ficado em câmara ardente no Instituto Português de Oncologia de Coimbra, onde Torga faleceu, de não ter havido qualquer cerimónia religiosa e de o funeral ter saído no dia seguinte para São Martinho da Anta, em Trás-os-Montes.

4.8.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que sucederam à notícia do falecimento do escritor, 19 a 28 de janeiro de 1995, encontramos 20 páginas com referências a Torga. Ao todo, são 22 peças e 11 imagens.

Nos dez dias após a notícia da morte de Miguel Torga, o Correio da Manhã publica referências a Miguel Torga em quatro páginas de quatro das suas edições, o que representa uma percentagem de 1% do total das páginas das dez edições analisadas. Este espaço traduz-se num total de seis peças: três notícias e três breves, acompanhadas por apenas uma imagem.

O Diário de Notícias continua a falar sobre a morte de Torga em quatro edições, além daquela em que se noticiou a sua morte. O jornal menciona o escritor em oito páginas, ou seja, 1,19% do espaço total destas dez edições, e publica dez artigos (duas crónicas, duas notícias, duas breves, uma reportagem, um artigo de opinião, uma entrevista e uma foto-legenda), acompanhados por quatro fotografias.

O Jornal de Notícias menciona Miguel Torga em mais cinco edições, além daquela em que noticiou a sua morte, escrevendo um total de dez peças, acompanhadas por seis retratos e distribuídas por oito páginas, que representam 1,3% do total de páginas das dez edições. Quanto aos géneros jornalísticos, de notar a presença de cinco artigos de opinião, três notícias, uma reportagem e uma foto-legenda.

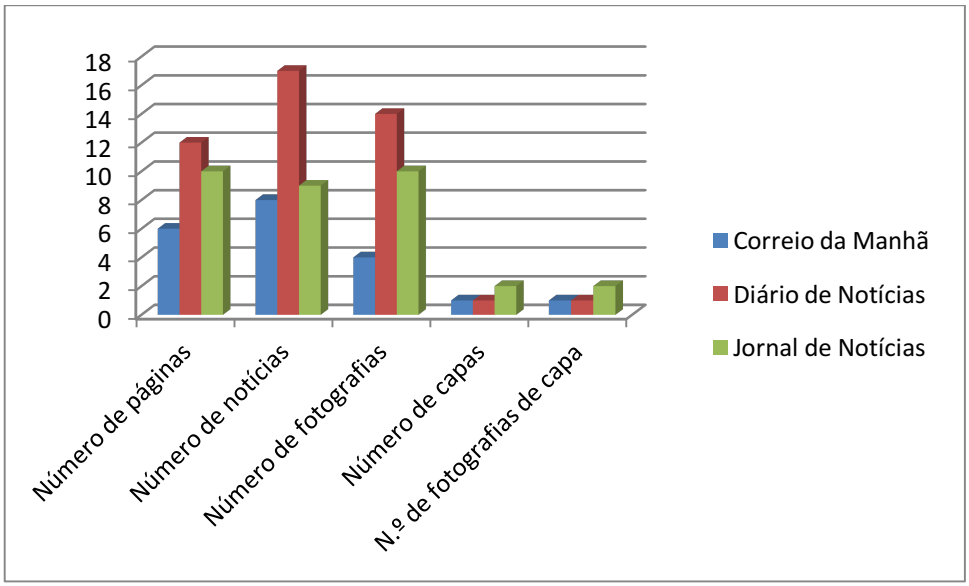
O Diário de Notícias continua a ser o jornal que dá mais atenção ao desaparecimento do escritor, enquanto o Correio da Manhã é quem ocupa menos espaço com as notícias sobre a morte de Miguel Torga. Aliás, no que toca à abordagem do Correio da Manhã, supomos mesmo que foi o único periódico que não acompanhou as cerimónias fúnebres no local do acontecimento. No Diário de Notícias e no Jornal de Notícias as reportagens publicadas e as imagens do caixão a ser sepultado confirmam que os jornais descrevem um acontecimento que observaram em primeira mão. Pelo contrário, o Correio da Manhã não só não publicou nenhuma imagem do funeral, como também não escreveu nenhum

elemento que denotasse a presença do jornal no local. A imagem que acompanha o texto do funeral no Correio da Manhã (Miguel Torga em vida) reforça a ideia de que o jornal poderá não ter estado no funeral e o texto poderá ser de uma agência noticiosa, misturado com alguns testemunhos que o jornal teria recolhido ainda em Coimbra.

No que diz respeito aos onze dias após a morte de Miguel Torga, o Correio da Manhã dedicou 1,38% do total das suas páginas à morte de Miguel Torga. O Jornal de Notícias foi quem deu mais destaque ao tema (fez manchete da morte do escritor e foto de capa do funeral) e ocupou 1,49% das suas páginas com o acontecimento. O jornal que dedicou maior área ao acontecimento foi o Diário de Notícias: 1,65% do total de páginas das onze edições após a morte de Miguel Torga.

Assim, nos onze dias que se seguiram à morte de Miguel Torga (Gráfico 20), a primeira conclusão é que a cobertura imediata do acontecimento (nos dois dias após a morte) é a mais extensa. De facto, os três jornais concentraram a maioria das peças no dia após a morte de Miguel Torga e no dia a seguir ao funeral. Os artigos nas edições seguintes são residuais e focam as mesmas temáticas: homenagens e ecos da morte da personalidade na imprensa estrangeira. Também de realçar a presença da opinião no Diário de Notícias e no Jornal de Notícias, quer por parte de articulistas habituais do jornal, quer por parte dos leitores, algo que denota o estatuto da personalidade, uma vez que gera reações de pesar no público e este tem necessidade de o exprimir publicamente através do jornal.

Gráfico 20 – Miguel Torga: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.8.4 Efemérides

Quanto às efemérides, estas foram assinaladas com um total de 12 peças.

O Correio da Manhã referiu-se ao escritor no dia em que se completava um mês após a sua morte e esta foi a única efeméride assinalada pelo jornal.

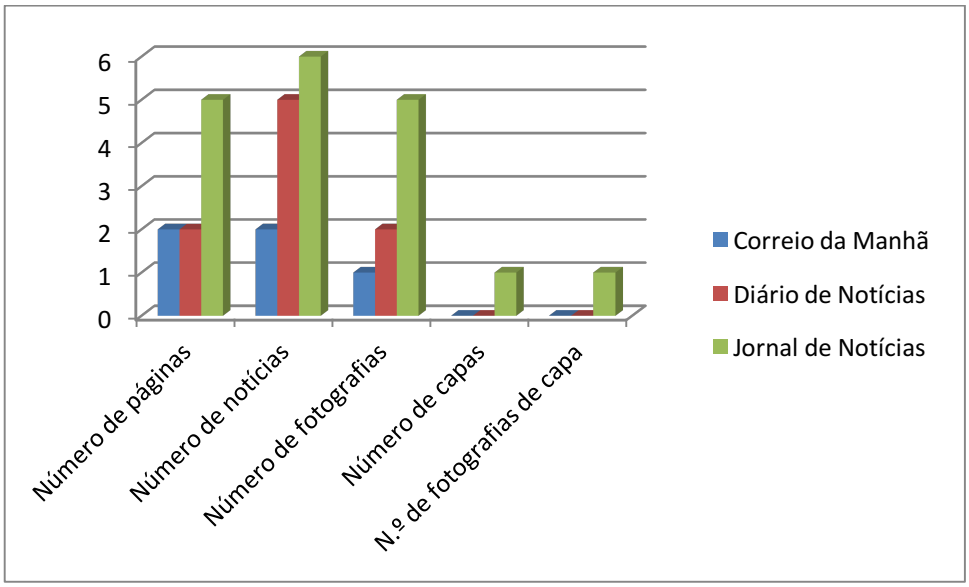
O Diário de Notícias assinala o primeiro ano da morte de Miguel Torga com duas peças: uma breve e uma notícia. A primeira década após a morte de Miguel Torga é assinalada pelo Diário de Notícias com uma notícia e duas breves, acompanhadas de uma imagem do escritor.

Por sua vez, o Jornal de Notícias publica duas notícias e uma breve aquando do primeiro aniversário da morte de Miguel Torga. No Jornal de Notícias, os dez anos após a morte de Miguel Torga dão direito a uma chamada com foto na primeira página. No interior são publicadas uma notícia e uma biografia.

Um ano e dez anos depois da morte de Miguel Torga, só o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias recordaram o acontecimento, dando-lhe, aliás, algum destaque, visto que chegou a figurar na capa deste último aquando da primeira década após a morte. O pouco destaque que a morte de Miguel Torga mereceu no Correio da Manhã reflete-se também nas efemérides, visto que o jornal apenas assinalou o primeiro mês sobre o falecimento, a pretexto de uma homenagem que iria acontecer, não mencionando, sequer, que o poeta falecera um mês antes. De resto, a imagem escolhida para ilustrar a peça é de Vergílio Ferreira, outro dos homenageados.

De realçar que nenhum dos periódicos assinalou os 20 anos passados da morte de Torga.

Gráfico 21 – Miguel Torga: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.8.5 Imagens

Durante os 11 dias que se seguiram à morte de Miguel Torga foram utilizadas 28 imagens para acompanhar as peças noticiosas sobre o acontecimento.

O Correio da Manhã utilizou um total de quatro fotografias, todas de Miguel Torga em vida, sendo de realçar que uma delas se trata de uma ilustração de Abel Manta, que retrata o escritor ladeado por Miguel Cervantes e Miguel Unamuno.

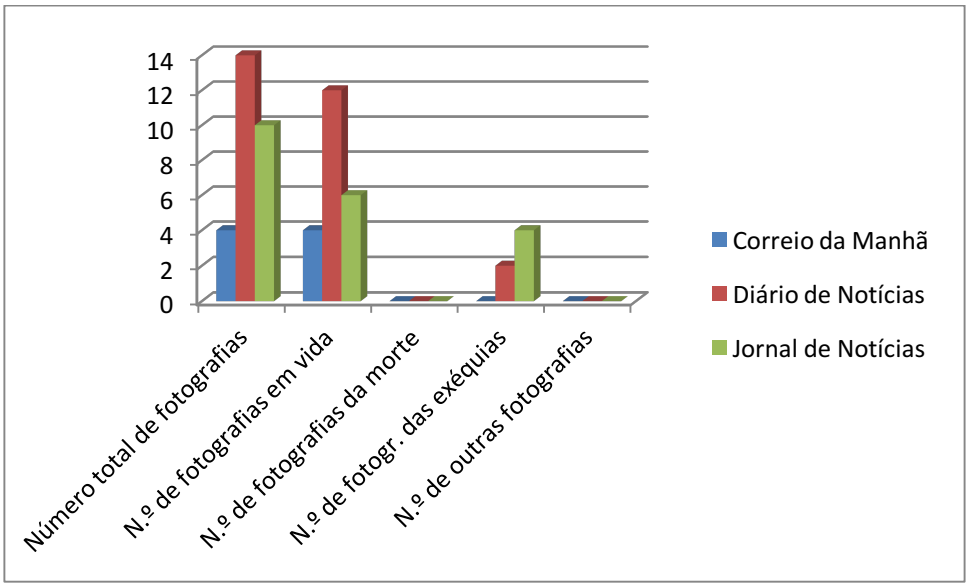
O Diário de Notícias escolheu 14 imagens para acompanhar as peças jornalísticas onde menciona Miguel Torga. Destas, 12 retratam a personalidade em vida, incluindo duas ilustrações do escritor. As restantes duas fotografias mostram as cerimónias fúnebres e as personalidades presentes. De destacar que na cobertura do funeral, uma das imagens é do caixão de Miguel Torga carregado no meio do cortejo fúnebre.

Quanto ao Jornal de Notícias, das dez imagens utilizadas, seis são de Miguel Torga em vida, e uma delas é também uma ilustração. As restantes quatro mostram as cerimónias fúnebres e os seus participantes, como por exemplo a mulher do escritor e o Presidente da República, Mário Soares. No âmbito das imagens do funeral, o Jornal de Notícias optou por uma fotografia do caixão a ser colocado dentro da cova.

O Correio da Manhã foi quem utilizou menos fotografias, em linha com o seu acompanhamento informativo, e o Diário de Notícias foi o jornal que recorreu a mais

imagens para retratar as notícias (Gráfico 22). De destacar que tanto o Diário de Notícias, como o Jornal de Notícias, utilizaram retratos do caixão no âmbito da cobertura do funeral. As exéquias não tiveram qualquer componente religiosa e que o corpo ficou em câmara ardente no Instituto Português de Oncologia de Coimbra. A ausência de uma cerimónia pública para velar o corpo pode explicar o porquê do cadáver não ter sido retratado pelos jornais que fizeram a cobertura das exéquias. Em vez do corpo vemos então o caixão fechado.

Gráfico 22 – Miguel Torga: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.8.6 Marcas de subjetividade

No que diz respeito à adjetivação, os jornais utilizam algumas expressões elogiosas, mas tendencialmente recorrem a citações para atribuir qualidades à personalidade. O Correio da Manhã não publica qualquer adjetivo quando se refere a Miguel Torga, enquanto o Jornal de Notícias e o Diário de Noticias lhe atribuem não só qualidades, como também denotam algumas marcas de subjetividade.

O Diário de Notícias descreve Miguel Torga como uma das maiores figuras da literatura, um homem "rude", "firme", "solidário" e "poeta fiel às suas humildes raízes transmontanas"[122]. O escritor é ainda considerado como "simples e terno, humorado, fraterno e solidário, mas sempre insubmisso, frontal, corajoso e frágil" e também como um

[122] Rebelo, S. (1995) "Fogueira contra os «abutres»", *Diário de Notícias*, 18 de janeiro, p. 2.

"homem grande e bom"[123], todos eles exemplos encontrados nas biografias do escritor. Na reportagem do seu enterro, a personalidade é descrita como "ilustre (…) referência incontornável da literatura portuguesa deste século"[124], afirmação que se repete na notícia que assinala os 10 anos da morte de Torga[125]. Entre as marcas de empenhamento podemos incluir um texto noticioso, que não está identificado como artigo de opinião, mas onde o autor critica as homenagens que acontecem apenas nas efemérides: "O humanismo, nos gestos, nos feitos e nas palavras. A tradição, a terra, o regaço da aldeia que existe, por certo, em cada um de nós (…) Quereis boas razões para manter Torga vivo? Tendes aqui um punhado! Cultivem-no e a semente fará o resto. (…) Lembrar Torga não é, por isso, carregá-lo aos ombros neste dia e velá-lo durante o resto do ano"[126]. É bastante clara e audível, nesta notícia, a voz do seu autor.

O Jornal de Notícias é mais comedido na adjetivação. Ainda assim encontramos em quatro notícias expressões como "simples na morte como na vida"[127], "grande obra do poeta"[128], "génio"[129], "estilo acutilante" ou "nome fundamental da literatura"[130].

4.9 Beatriz Costa

Maria Beatriz da Conceição nasceu a 14 de dezembro de 1907 na Charneca do Milharado, Malveira. Viveu em Tomar até aos 12 anos, onde foi escolhida para intérprete da opereta "Intrigas no Bairro", uma produção da Sociedade Gualdim Pais, que nunca chegou a estrear pois o seu padrasto foi colocado em Lisboa e a família muda-se para lá (Reis, 2008: p.18). Na capital começam a frequentar o teatro e Beatriz convence a mãe a deixá-la experimentar aquela arte.

A sua estreia aconteceu em 1923, no Éden-Teatro, como corista na peça "Chá e Torradas", o primeiro de vários espetáculos teatrais em que participou. Na época tinha 15 anos e já havia adotado o nome artístico Beatriz Costa, em homenagem à atriz Laura Costa (Reis, 2008: pp.18-19). No ano seguinte integra o elenco da revista Resvés, ainda como corista, mas, juntamente com os responsáveis do teatro, encenam em segredo um número intitulado

[123] Fonseca, J. (1995) "87 anos de insubmissão", *Diário de Notícias*, 18 de janeiro, p. 3.
[124] Affreixo, R. (1995) "O regresso às origens", *Diário de Notícias*, 19 de janeiro, p. 27.
[125] Fonseca, J. (2005) "Torga Recordado", *Diário de Notícias*, 17 de janeiro, p. 38.
[126] Carvalho, M. (1996) "Manifesto ao poeta vivo", *Diário de Notícias*, 17 de janeiro, p. 27.
[127] "Cantor da liberdade e da rebeldia" (1995) *Jornal de Notícias*, 18 de janeiro, p. 5.
[128] "Torga morreu há um ano" (1996) *Jornal de Notícias*, 17 de janeiro, p. 32.
[129] Sarmento, A. (2005) "Miguel Torga: literatura perdeu o génio há 10 anos", *Jornal de Notícias*, 17 de janeiro, p. 33.
[130] Almeida, S. (2005) "Feiticeiro da palavra escrita", *Jornal de Notícias*, 17 de janeiro, p. 33.

Mademoiselle Garoto, que foi a sua estreia como atriz, primeiro no Teatro Maria Vitória e, depois, no Rio de Janeiro, onde permaneceu 11 meses (Reis, 2008: p.20).

Quando regressou do Brasil a sua primeira produção foi no Teatro da Trindade, com a revista "Ditosa Pátria". Um dos seus maiores êxitos acontece, em 1927, no Teatro Apolo, com a revista "Sete e Meio", onde, pela primeira vez, apareceu em público com a franja que viria a ser a sua imagem de marca, inspirada pela atriz norte-americana Louise Brooks (Reis, 2008: p.27).

Em 1926 Beatriz Costa já se tinha estreado no cinema, com o filme "O Diabo em Lisboa", mas foi em 1928, com "Fátima Milagrosa", que o seu nome surgiu pela primeira vez num genérico, lado a lado de Manoel de Oliveira (Reis, 2008: p.75).

De volta ao teatro, em 1932 interpreta o tema "O Cochico", na revista "Pim! Pam! Pum!" e o tema foi um êxito. "A década de 30, que foi gloriosa para Beatriz Costa, tanto na revista, como no cinema", levou a atriz a integrar os elencos dos filmes "A Canção de Lisboa" (1933), "O Trevo de Quatro Folhas" (1936), "Aldeia da Roupa Branca" (1939) (Reis, 2008: p.77).

Em 1939, Beatriz Costa decide partir para mais uma tournée no Brasil, onde ficou até 1949 e organizou a sua própria companhia de teatro, em sociedade com Celestino Moreira. Dez anos depois da ida para o Brasil, e já definitivamente de regresso a Portugal, integra a revista "Ela Aí Está!", criada para assinalar a sua reaparição.

Decidiu abandonar os palcos em 1960, após a produção "Está Bonita a Brincadeira". Após esta data viajou por todo o mundo e acabou a viver no Hotel Tivoli, em Lisboa, onde permaneceu até à sua morte (Reis, 2008: p.85). Beatriz Costa viveu os últimos 40 anos da sua vida no quarto 600 do Hotel Tivoli. Beatriz Costa morreu no dia 15 de Abril de 1996, aos 88 anos[131].

Incluímos na análise 48 edições, 16 de cada um dos jornais. As primeiras onze dizem respeito ao período após a morte de Beatriz Costa – 16 a 26 de abril de 1996. Analisámos ainda as efemérides de um mês, seis meses, um ano, dez anos e 20 anos – 15 de maio de 1996, 15 de outubro de 1996, 15 de abril de 1997, 15 de abril de 2006 e 15 de abril de 2016.

[131] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.9.1.

4.9.1 Primeiras páginas

A morte de Beatriz Costa mereceu destaque nas primeiras páginas de cada um dos jornais analisados, no dia após o seu falecimento, 16 de abril de 1996.

O Correio da Manhã (Ilustração 10) publica uma chamada com fotografia de Beatriz Costa na primeira página da sua edição de 16 de abril de 1996. Utiliza o título "Adeus menina da franja" para anunciar a morte da atriz e coloca ainda um subtítulo: "Beatriz Costa morre serenamente".

O Diário de Notícias (Ilustração 10) é o jornal que dá mais destaque à morte de Beatriz Costa, com uma foto de capa. Metade da sua primeira página é ocupada com uma fotografia da atriz, acompanhada do título "Adeus, Beatriz". De realçar a utilização apenas do primeiro nome, marca clara de proximidade, bem como o facto de ter sido escolhida uma fotografia da juventude de Beatriz Costa, época em que se tornou conhecida.

O Jornal de Notícias (Ilustração 10) utiliza a mesma imagem publicada pelo Correio da Manhã. Na sua chamada na primeira página do dia após a morte de Beatriz Costa, o jornal usa o título "Beatriz Costa - Morreu a 'menina de Lisboa'".

Ilustração 10 – Primeiras páginas: Beatriz Costa



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 16 de abril de 1996.

As três capas do dia após a morte de Beatriz Costa denotam a relevância da personalidade, cujo falecimento foi reportado nas primeiras páginas. Ainda assim, o tratamento dado ao assunto pelo Diário de Notícias é claramente diferenciado, não só porque o destaque é maior, mas também porque este jornal escolheu uma imagem da juventude da atriz – época em que ela se tornou efetivamente conhecida – e optou por um título em discurso direto,

como se se dirigisse a Beatriz Costa, num claro registo de proximidade. Quanto ao Correio da Manhã e Jornal de Notícias, como já dissemos, escolheram a mesma imagem, com Beatriz Costa mais velha, numa altura em que não mantinha já qualquer atividade profissional.

Ainda de realçar o facto de não ter havido mais nenhuma primeira página com menção à atriz, nem mesmo no dia após o seu funeral.

4.9.2 O dia seguinte

No dia seguinte à morte de Beatriz Costa, os três títulos dedicaram um total de oito notícias à estrela de cinema, destacando-se os conteúdos publicados no Diário de Notícias. As peças figuraram em sete páginas dos jornais e foram acompanhadas por 11 fotografias.

Além da referência na primeira página, o Correio da Manhã dedicou apenas uma página à notícia da morte de Beatriz Costa. O jornal escreve dois artigos sobre o acontecimento: uma biografia e uma notícia.

O Diário de Notícias é o jornal que dá mais destaque à morte de Beatriz Costa. Além do espaço ocupado na primeira página, dedica-lhe duas páginas no interior e publica cinco peças: um artigo de opinião, uma notícia, duas vozes e uma biografia.

No Jornal de Notícias, além da primeira página, encontramos apenas uma página sobre a morte da atriz, com uma notícia que ocupa cinco das seis colunas existentes. A notícia mistura vários aspetos e, apesar de iniciar falando do percurso da atriz, não se trata de uma biografia.

No dia após a morte de Beatriz Costa, o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias foram os periódicos com a abordagem menos extensa. Ambos deram atenção ao perfil da atriz e mencionaram as circunstâncias da morte. O Jornal de Notícias ouviu duas personalidades do teatro e o Correio da Manhã publicou um artigo da Agência Lusa com as reações de diversas pessoas à morte da atriz. O Diário de Notícias destaca-se, assim, não só pela extensão do tratamento noticioso do acontecimento, mas também por ter sido aquele que explicou mais detalhadamente as circunstâncias da morte de Beatriz Costa, possivelmente porque tinha uma fonte no Hotel Tivoli, onde a atriz residia e onde morreu. Além disso, o Diário de Notícias dá-se ao trabalho de recolher excertos de um dos livros de Beatriz Costa

e publica ainda um artigo de opinião que contribui para a reconstrução da personalidade, na ótica de alguém que conviveu de perto com ela.

4.9.3 Os dez dias após a notícia da morte

Quanto aos dez dias que se seguiram à notícia do desaparecimento da atriz – 17 de abril a 26 de abril de 1996 –, encontrámos 11 páginas no Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias com referências a Beatriz Costa. Estes dados concretizam-se em 14 peças e 17 fotografias.

Nos dez dias após ser noticiada a sua morte, encontrámos referência a Beatriz Costa em quatro páginas do Correio da Manhã, ou seja, 0,96% do seu espaço noticioso durante este período, correspondentes a um total de cinco artigos e quatro fotografias. Os géneros presentes são duas breves, uma reportagem, um artigo de opinião e uma crónica. O maior destaque foi dado no dia após o funeral, com a reportagem da cerimónia e as reações dos presentes.

O Diário de Notícias mencionou Beatriz Costa em seis páginas, das dez edições seguintes à notícia da morte da atriz, ou seja, 0,67% do total do seu espaço noticioso. O jornal publicou 12 fotografias e seis peças – das quais três da categoria vozes –, duas biografias, uma reportagem, um artigo de opinião e uma crónica.

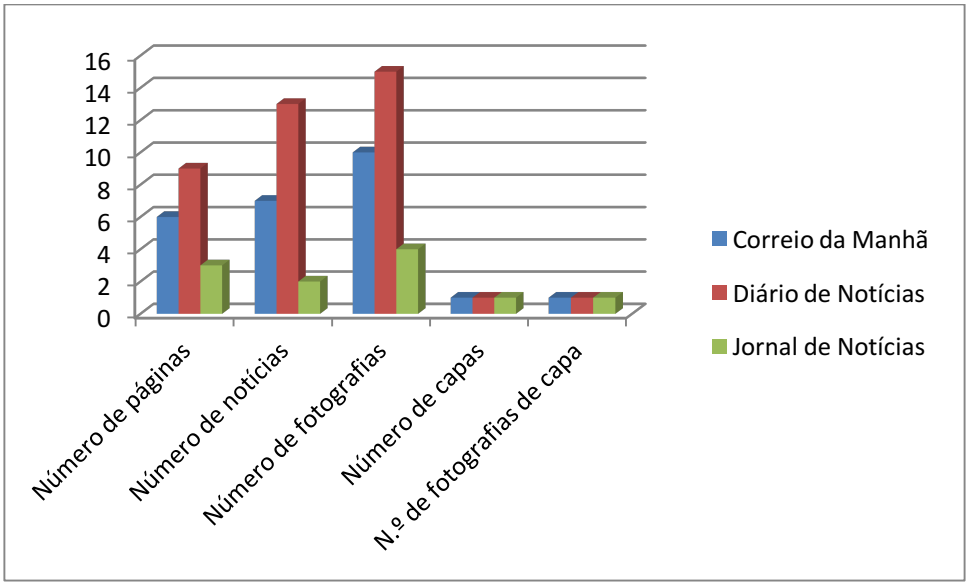
O Jornal de Notícias foi o único que não fez a cobertura do funeral de Beatriz Costa. Além da notícia da sua morte, o jornal volta apenas a mencionar a atriz cinco dias depois, num pequeno quadrado presente numa página (0,15% do total das páginas publicadas nestes dez dias), no âmbito da síntese noticiosa da semana que terminava naquele dia.

À semelhança do que aconteceu no dia após a sua morte, durante estes dez dias, o Diário de Notícias foi o jornal que deu mais atenção ao falecimento de Beatriz Costa e o Jornal de Notícias foi quem deu menos relevância ao acontecimento (Gráfico 23).

A morte de Beatriz Costa representa 1,31% do espaço do Correio da Manhã nos onze dias que se seguiram ao acontecimento. Ainda assim, o jornal que dedicou mais atenção ao facto foi o Diário de Notícias, apesar de esta percentagem ser de 0,93%, uma vez que o número de páginas do periódico chega a ser o dobro do Correio da Manhã e, além disso, o formato das suas páginas é maior. Não só o destaque foi maior na capa do dia seguinte, como a cobertura informativa do Diário de Notícias nos dois dias após a morte, a par do

facto de ter dedicado quatro páginas à atriz alguns dias depois, contribuíram para este tratamento mais extenso. Já o Jornal de Notícias, que só dedicou ao tema 0,43% do seu espaço, foi o periódico que deu menos importância à morte de Beatriz Costa, não chegando sequer a fazer a cobertura do seu funeral. Mais uma vez, podemos explicar esta opção pelas questões da proximidade territorial, na medida em que o Jornal de Notícias tem a sua sede – e a maioria da sua redação – na cidade do Porto, enquanto o funeral de Beatriz Costa decorreu em Malveira da Serra. A ser verdade, parece-nos que esta decisão também ajuda a medir a relevância que a personalidade assume para o meio de comunicação social, pois havendo um acontecimento que ocorre numa zona geográfica onde o jornal tem menos recursos humanos, se a protagonista do acontecimento for considerada pouco relevante, a opção será não fazer a cobertura do acontecimento.

Gráfico 23 – Beatriz Costa: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.9.4 As efemérides

Quanto às efemérides, nenhuma das publicações analisadas lembrou a morte da atriz, o que nos leva a acreditar que a memória de Beatriz Costa não perdurou da mesma forma que a memória de outras personalidades. Possivelmente isto relaciona-se com o facto de ela estar já retirada da profissão há vários anos quando morreu, pelo que a sua morte foi notícia, na medida em que nos recordou da sua existência, mas a antiga estrela de cinema voltou a submergir na memória do país.

4.9.5 As imagens

Ao todo, foram publicadas 29 imagens a acompanhar os textos que fazem referência a Beatriz Costa nas edições dos três jornais analisados.

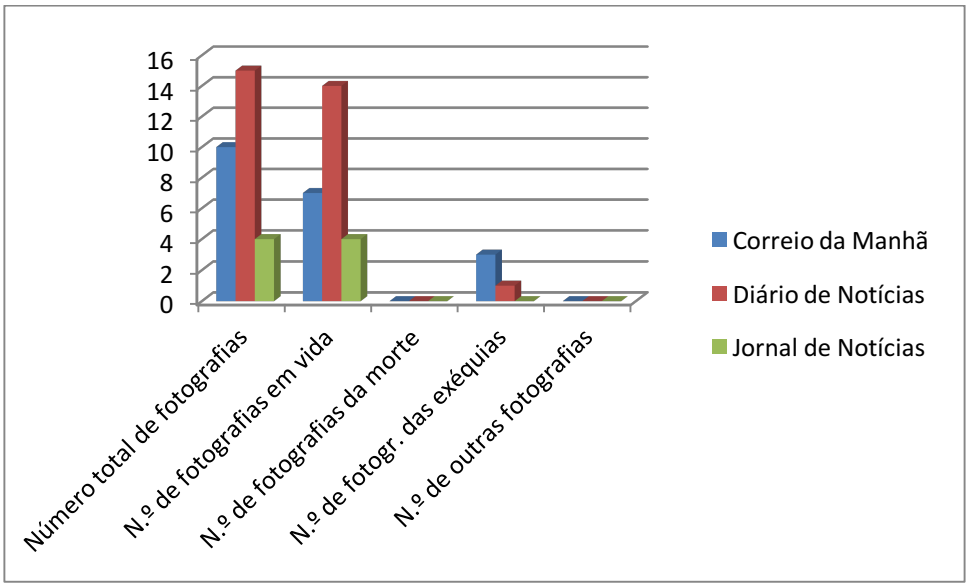
O Correio da Manhã publicou dez fotografias de Beatriz Costa, sete das quais são imagens da atriz: três retratam-na com a idade com que morreu e quatro mostram uma Beatriz Costa mais jovem, época em que se tornou conhecida e em que esteve no ativo enquanto artista. As restantes três imagens dizem respeito ao funeral da personalidade.

No Diário de Notícias encontramos 15 fotografias, 14 das quais são de Beatriz Costa e uma retrata o funeral da atriz. Destas 14 fotografias, 11 são imagens da personalidade nos seus tempos de juventude, que correspondem ao período em que exerceu a profissão e em que se tornou conhecida.

O Jornal de Notícias escolheu apenas quatro fotografias: uma da atriz mais jovem e três com a idade com que morreu. Não foi publicada qualquer imagem das cerimónias fúnebres de Beatriz Costa.

O Jornal de Notícias publicou o menor número de fotografias (quatro) e o Diário de Notícias foi quem recorreu mais à imagem (15). O facto de, no caso da Beatriz Costa, serem publicadas tantas imagens da atriz ainda nova, altura em que era profissionalmente ativa, ajudam o público a recordar os feitos da personalidade. Mais do que a Beatriz Costa de 88 anos, quem realmente morreu foi a atriz dos filmes portugueses dos anos 60, responsáveis pelo seu enorme êxito naquela época.

Gráfico 24 – Beatriz Costa: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.9.6 Marcas de subjetividade

A adjetivação encontrada nos textos noticiosos sobre Beatriz Costa é significativa. O Jornal de Notícias é aquele que dedica menos espaço à atriz e é, também, o jornal com menor carga de adjetivação.

No Correio da Manhã encontramos expressões (presentes na biografia e na reportagem do funeral) como "pequenina e gaiteira (…) nome de referência (…) espontânea e genuína (…) beleza fresca"[132] ou "lavadeira saloia, como também ela era"[133]. Entre as expressões que saltam mais à vista estão aquelas que denotam proximidade com a personalidade. O título da sua biografia, "Adeus menina da franja"[134], é exemplo de um discurso de subjetividade, longe da isenção e distanciamento que carateriza o jornalismo, num tratamento carinhoso e familiar. Encontrámos outros exemplos desta subjetividade, patente em frases como "morreu ontem de manhã (…) e custou a acreditar. Porque Beatriz era daquelas pessoas que fazem de tal forma parte da nossa vida, da nossa memória cultural, que nos convencemos que ao ficar sempre connosco"[135]. Neste exemplo a subjetividade pode ser identificada, quer pela utilização do pronome pessoal coletivo "nossa", que inclui o jornalista no grupo de pessoas de cujas vidas Beatriz Costa fazia parte, quer pelo facto de

[132] Adeus, meus meninos" (1995) *Correio da Manhã*, 16 de abril, p. 34.
[133] "Palmas para Beatriz" (1995) *Correio da Manhã*, 17 de abril, p. 32.
[134] "Adeus menina da franja" (1995) *Correio da Manhã*, 16 de abril, p. 1.
[135] Adeus, meus meninos" (1995) *Correio da Manhã*, 16 de abril, p. 34.

o jornal se referir a ela apenas como Beatriz, primeiro nome, sinal de proximidade e intimidade.

Também o Diário de Notícias denota esta intimidade com a personalidade ao tratá-la pelo primeiro nome, quando escreve na sua capa "Adeus Beatriz"[136], no dia após a morte da atriz. Quanto à adjetivação, o periódico utiliza expressões como "grande vedeta (…) "inocente"[137], "estilo cândido e corrosivo, cultivado e muito malandro (…) "mulher do povo, refinada como poucas, mas feliz da sua condição de saloia"[138].

O Jornal de Notícias carateriza Beatriz Costa na notícia do dia após a sua morte como uma "figura marcante da comédia portuguesa (…) pequenina, sorridente, com um rosto e uma franja inesquecíveis", considerando que a atriz tinha "jovialidade e boa disposição (…) [e uma] frescura extraordinária"[139].

4.10 António de Spínola

António Sebastião Ribeiro de Spínola nasceu a 5 de abril de 1910, em Estremoz, no seio de uma família abastada, cujas raízes remontavam à Madeira. Estudou no Colégio Militar durante oito anos, foi promovido a 1.º sargente cadete do Regimento de Infantaria 4 e ingressou na Escola Politécnica de Lisboa, para terminar os estudos preparatórios militares e, mais tarde, na Escola do Exército, onde escolheu o curso de Cavalaria, que terminou em 1933.

António de Spínola foi colocado como instrutor no Regimento de Cavalaria 7 e foi então promovido a alferes, tendo mais tarde subido a tenente e recebido o primeiro de vários louvores oficiais por parte do Governo. Esteve na GNR durante 14 anos, tendo recebido várias condecorações e louvores. Foi-lhe entretanto atribuído o grau de major.

Aos 51 anos Spínola estava já comprometido com a Ditadura Militar e ofereceu-se como voluntário para combater em Angola no Ultramar. Em 1968, António de Spínola foi nomeado governador e comandante-chefe das Forças Armadas da Guiné. A sua missão era impedir o avanço do Partido Africano para a Independência da Guiné e de Cabo Verde.

[136] "Adeus Beatriz" (1995) *Diário de Notícias*, 16 de abril, p. 1.
[137] Luz, N. H. (1995) "Franja à portuguesa", *Diário de Notícias*, 16 de abril, p. 2.
[138] Mendes, J. (1995) "Mulher de corpo inteiro", *Diário de Notícias*, 20 de abril, pp. 4-6.
[139] "Morreu Beatriz Costa" (1995) *Jornal de Notícias*, 16 de abril, p.37.

Começa aqui o afastamento ideológico entre António de Spínola e o Estado Novo, agora presidido por Marcello Caetano. O Presidente do Conselho recusava negociar com o movimento de libertação da Guiné e Spínola defendia o entendimento político com a metrópole por considera "que se tinham esgotado as possibilidades de uma vitória das tropas portuguesas na Guiné" (QuidNovi, 2009: p.19). Aquando da escolha dos candidatos para as eleições presidenciais de 1972, Marcello Caetano recusou o nome de António de Spínola como representante da Acção Nacional Popular, o partido oficial, e o distanciamento do general ao regime aumentou.

A 17 de janeiro de 1974 toma posse como vice-chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas. Entretanto, já havia tomado contacto com o movimento de capitães que viriam a levar a cabo a Revolução de Abril. A 22 de fevereiro publica o livro "Portugal e o Futuro", uma dura crítica à política ultramarina do Estado Novo, intensificando a sua ligação ao movimento de capitães. Spínola não fez parte do movimento do 25 de Abril, mas foi informado de todos os passos dos capitães. Recebe então um telefonema de Marcello Caetano, pedindo que se deslocasse ao Quartel do Carmo para a transmissão de poderes, autorizada pelos capitães de Abril, na pessoa de Otelo Saraiva de Carvalho.

António de Spínola é então nomeado Presidente do Conselho às 19h30 do dia 25 de Abril de 1974 e assume-se como o líder do movimento de transição. A 15 de maio toma posse como Presidente da República, mas cedo se incompatibilizou com o Movimento das Forças Armadas (MFA), devido à escolha do primeiro-ministro. Anunciou a renúncia a 28 de setembro.

Em março de 1975, António de Spínola foi informado das intenções do COPCON em aprisionar ou liquidar todos os oficiais e civis que lhe era afetos. O general instala-se na Base Aérea de Tancos na noite de 10 de março e na manhã seguinte tenta ocupar o Regimento de Artilharia Ligeira, tentativa frustrada que o levaria a fugir para Espanha e depois para o Brasil, onde o informam da sua expulsão das Forças Armadas. Regressou a Portugal após o fim do Período Revolucionário em Curso e depois da tomada de posse de Ramalho Eanes como Presidente da República. Spínola tinha então 66 anos e passa a dedicar-se aos cavalos, à família e à escrita.

Símbolo do regime de transição, António de Spínola viria a falecer a 13 de agosto de 1996, com 86 anos, vítima de uma embolia pulmonar, após um longo período de internamento[140].

Relativamente à cobertura noticiosa da sua morte, foram analisadas 48 edições, 16 de cada jornal, das quais 33 correspondem aos onze dias após o falecimento de António de Spínola – 14 de agosto a 24 de agosto de 1996. Foram ainda incluídas as efemérides de um mês – 13 de setembro de 1996 –, seis meses – 13 de fevereiro de 1997 –, um ano – 13 de agosto de 1997 – dez anos – 13 de agosto de 2006 e 20 anos – 13 de agosto de 2016.

4.10.1 Primeiras páginas

A morte do marechal Spínola mereceu uma presença na capa em cada uma das publicações, no dia a seguir à sua morte, 14 de agosto de 1996, com maior destaque no Diário de Notícias e Jornal de Notícias, onde o tema foi foto de capa.

O Correio da Manhã (Ilustração 11) faz uma chamada no topo da primeira página, com o título "Morreu o marechal António de Spínola" e uma fotografia da personalidade. Em cima podemos ler o antetítulo "Militar ilustre e primeiro Chefe de Estado pós-25 de Abril".

No Diário de Notícias (Ilustração 11), a morte do político ocupa metade da primeira página. Na primeira página, com o título "Morreu o símbolo da transição", encontramos uma imagem de Spínola, encabeçada pelo seu nome, a data do seu nascimento e da sua morte. Ao fundo da página o jornal escreve três linhas introdutórias sobre as causas da morte de Spínola e sobre quem foi ele.

Também no Jornal de Notícias (Ilustração 11) é significativo o destaque dado na primeira página, ocupado fundamentalmente com uma fotografia de António de Spínola. Na sua capa, o jornal dedica à morte do marechal duas colunas de cima abaixo, com o título "Morreu um homem que mudou o futuro de Portugal", acompanhado por uma imagem do político e um pequeno texto introdutório que resume alguns dados biográficos do político. De referir que a imagem utilizada é igual à escolhida para figurar na capa do Diário de Notícias.

[140] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.10.1.

Ilustração 11 – Primeiras páginas: António de Spínola



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 14 de agosto de 1996.

O Jornal de Notícias dedica novamente espaço da sua primeira página à morte de Spínola, no dia a seguir ao funeral. A manchete, com o título "Um Sentido adeus ao Marechal Spínola", é acompanhada por uma imagem do caixão coberto com a bandeira de Portugal e ladeado de centenas de pessoas.

O Jornal de Notícias foi, assim, quem deu maior destaque ao acontecimento nas suas primeiras páginas, uma vez que destacou a morte do marechal no dia seguinte a esta ter ocorrido e ainda fez manchete do seu funeral. Quanto ao Diário de Notícias, apenas a notícia sobre a morte de Spínola mereceu destaque na capa. O Correio da Manhã foi o jornal que dedicou ao acontecimento menos espaço da sua primeira página (uma chamada no topo).

4.10.2 O dia seguinte

No dia seguinte ao seu falecimento – 14 de agosto de 1996 –, foram 12 as páginas dos jornais que mencionaram a morte de António de Spínola. Ao todo, foram publicadas 15 peças e utilizadas 20 fotografias para as ilustrar.

O Correio da Manhã ocupou as duas páginas centrais com a morte de António de Spínola e publica ainda uma notícia na última página do jornal, além da capa. São publicadas quatro peças: uma biografia, uma breve, uma notícia e vozes.

O Diário de Notícias veiculou a morte de António de Spínola através de seis peças: dois artigos de opinião, um editorial, uma biografia, uma cronologia e um artigo na categoria de

análise vozes. Ao longo de quatro páginas inteiras (às quais acresce a capa), o jornal aprofunda o percurso político de Spínola, dedicando duas páginas a uma extensa biografia.

Além da capa, o Jornal de Notícias relata o falecimento do marechal em duas páginas inteiras, cuja dimensão (broadsheet) é maior do que as páginas do Correio da Manhã e do Diário de Notícias (tablóide). Os géneros utilizados são a biografia (duas), a notícia (uma) e as vozes (uma), num total de quatro peças.

Comparativamente, o espaço que os jornais destinaram à cobertura da morte do marechal é equivalente. O Jornal de Notícias foi o periódico que ocupou menos páginas com o tema, mas a diferença não é significativa em termos de conteúdo, uma vez que, em 1996, aquele jornal ainda se publicava em formato *broadsheet*, pelo que as suas páginas são quase o dobro das páginas do Correio da Manhã e do Diário de Notícias.

A abordagem no dia após a morte de António de Spínola é semelhante, também no que toca ao conteúdo das notícias. A biografia continua a ser um género sempre presente e uma forma de recordar a relevância da figura pública, ao mesmo tempo que as vozes visam destacar as qualidades da personalidade, através das palavras de figuras de relevo nacional. No entanto, não podemos deixar de destacar que o Diário de Notícias foi o único que dedicou o seu editorial à morte de Spínola. Além disso, foi também o Diário de Notícias quem fez o maior esforço biográfico para recuperar a ação política e o trajeto profissional de António de Spínola.

Procurando a diferenciação em termos de enfoque noticioso, percebemos então que o Diário de Notícias se centrou no trajeto de António de Spínola, com uma forte componente biográfica, enquanto o Correio da Manhã se centrou na sua morte, chegando mesmo a fazer o seu historial médico. Por sua vez, o Jornal de Notícias, dá a mesma atenção às exéquias e à biografia da personalidade.

4.10.3 Os dez dias após a notícia da morte

Quanto aos dez dias que se seguiram à notícia da morte de António de Spínola, entre 15 e 24 de agosto de 1996, encontrámos menção do seu falecimento em 11 páginas, que se consubstanciam num total de 21 artigos e 17 fotografias.

O Correio da Manhã escreveu mais três notícias sobre Spínola, dois dias depois da morte do ex-líder político, e ainda no dia 21 de agosto de 1996. O acontecimento figurou, assim,

em duas páginas, o que representa 0,53% do total de páginas destas dez edições. Os géneros presentes são a reportagem, a notícia e o artigo de opinião.

No Diário de Notícias foram publicadas nove peças durante os dias que se seguiram à notícia da morte do militar, num total de cinco páginas, ou seja, 1,13% do total de páginas das dez edições. Foram publicados cinco artigos de opinião, duas vozes, uma reportagem e uma biografia.

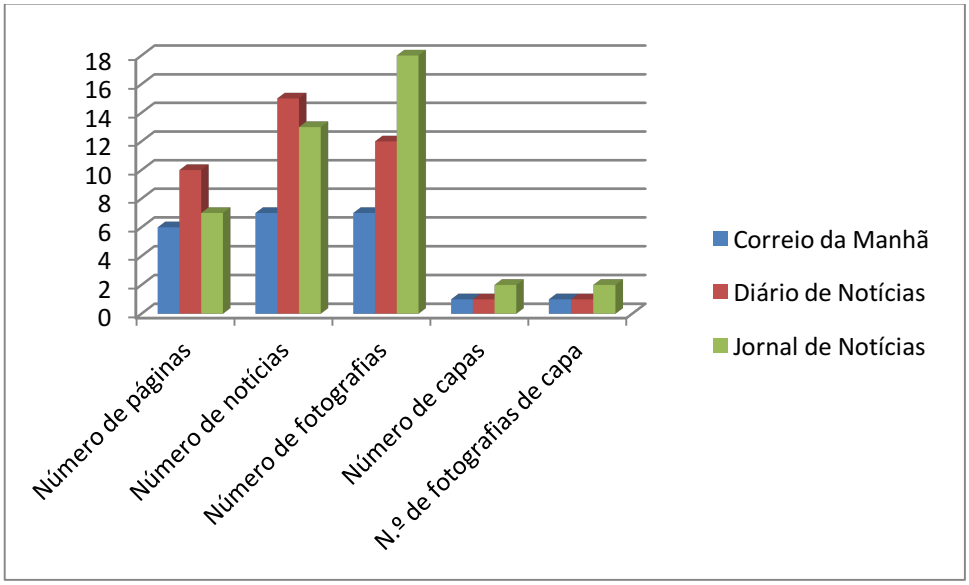
O Jornal de Notícias é o único que dá espaço ao funeral de Spínola na primeira página da sua edição, com uma manchete, tal como já referimos. Nas dez edições que se seguiram à morte do marechal, encontramos referências à figura em quatro das suas páginas, o que representa 0,73% do total de páginas. O periódico publica nove peças: duas cronologias, duas notícias, dois artigos de opinião, uma reportagem, uma foto-legenda, uma crónica e uma breve.

Face aos onze dias que se seguiram à morte de António de Spínola, o Correio da Manhã foi o jornal que deu menos destaque ao tema, quer em termos de capa, quer em termos do espaço ocupado com o acontecimento no seu interior (Gráfico 25). Do total de páginas das onze edições analisadas, apenas 1,45% têm menção ao ex-Presidente da República. O Jornal de Notícias e o Diário de Notícias foram os jornais que fizeram a cobertura mais ampla. A percentagem de páginas onde o Jornal de Notícias referenciou o acontecimento foi de 1,16%. Mas esta percentagem mais reduzida explica-se pelo facto de este jornal ter um número total de páginas superior ao dos seus concorrentes. Na verdade, enquanto o Correio da Manhã publica nesta altura uma média de 37,4 páginas por dia, o Jornal de Notícias publica cerca de 54,5. Como já foi referido, o Jornal de Notícias foi o único que deu conta do funeral de António de Spínola na sua primeira página, tendo feito manchete com o acontecimento.

O Diário de Notícias destaca-se como o jornal que dedicou, percentualmente, mais espaço à morte de António de Spínola, com 2,04% do total do espaço das suas páginas. Não só este foi o periódico que publicou maior número de peças sobre a personalidade (15 peças face a 13 no Jornal de Notícias e sete no Correio da Manhã), como foi o único jornal com um editorial dedicado ao ex-Chefe de Estado. Aliás, no que toca à opinião, há a destacar o facto de o Diário de Notícias ter publicado sete artigos e o Jornal de Notícias dois artigos e uma crónica. Em todos os casos falamos de personalidades conhecidas, jornalistas e

articulistas dos periódicos, sinal de que a morte de Spínola foi suficientemente importante para os articulistas lhe dedicaram a temática dos seus textos. Também de destacar, no Correio da Manhã, a evocação de Spínola num artigo de opinião, ainda que o mesmo falasse também da morte de Vera Lagoa.

Gráfico 25 – António de Spínola: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.10.4 As efemérides

Apenas uma efeméride foi assinalada por um jornal: o Correio da Manhã colocou uma menção à morte de António de Spínola no dia em que se completavam 20 anos da sua morte. O periódico incluiu a menção numa coluna intitulada "Curiosidades do Dia", onde consta a morte de outras personalidades, bem como a obtenção de prémios, nascimentos e outros acontecimentos.

Nem o Correio da Manhã lembrou a personalidade nas efemérides anteriores, nem nenhum dos outros jornais assinalou as efemérides da morte de António de Spínola. Spínola foi Presidente da República durante o regime de transição e foi uma figura relevante do ponto de vista político, pelo que nos parecia altamente improvável que não fosse recordado aquando dos aniversários da sua morte. A ausência de referências pode ser sinal de uma ausência de memória nos jornais, mais preocupados com o tema do dia do que com as efemérides que são assinaladas, mas o facto de Spínola ter morrido a meio do mês de agosto (época que os jornais denominam de *silly season* pela ausência de agenda de

acontecimentos relevantes) poderia até ter ajudado a catapultar os aniversários da sua morte para as páginas dos periódicos, algo que não aconteceu.

4.10.5 As imagens

Durante o período analisado (os onze dias após a morte) foram publicadas 37 fotografias a acompanhar os artigos sobre a morte de António de Spínola.

O Correio da Manhã escolheu sete imagens para acompanhar os artigos escritos. Destas, quatro são imagens de António de Spínola, uma das quais mostra o caixão aberto do marechal. Apesar de, na prática, ser uma fotografia da personalidade morta, o Correio da Manhã escolheu um ângulo que não nos permite visualizar o cadáver. As restantes três imagens referem-se ao ambiente e às personalidades presentes no funeral de Spínola.

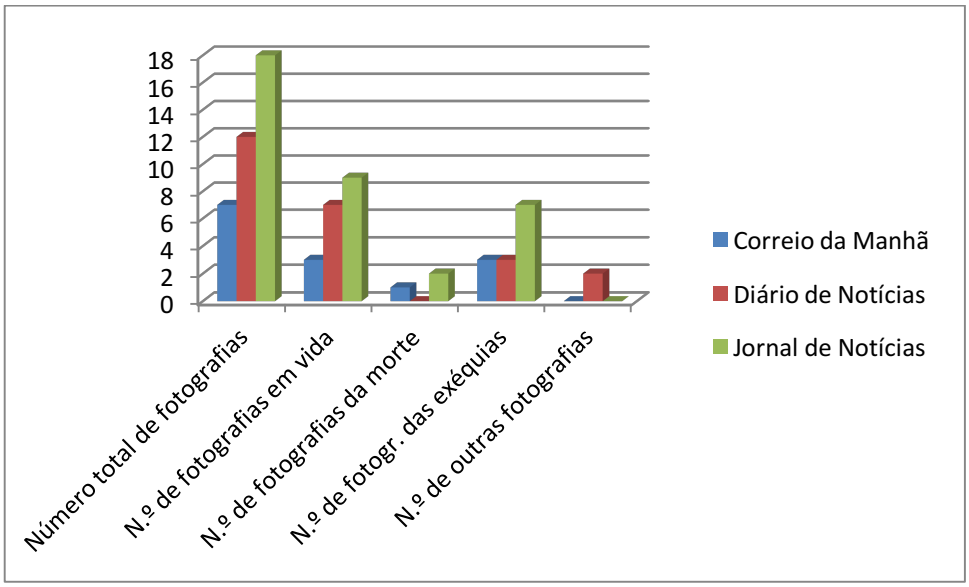
O Diário de Notícias publicou 12 fotografias ao longo do período analisado, sete das quais são retratos de António de Spínola em vida. As restantes três são imagens do funeral, que retratam as personalidades presentes e o ambiente, e duas mostram as figuras que recordaram o político numa das biografias publicadas pelo jornal.

Das 18 fotografias publicadas pelo Jornal de Notícias, 11 são de António de Spínola e, destas, duas são imagens do caixão aberto. À semelhança do que aconteceu com o Correio da Manhã, também o Jornal de Notícias escolheu fotografar a partir de ângulos que não deixam ver o rosto do morto dentro do caixão. As restantes sete imagens publicadas são do funeral de Spínola e das personalidades que marcaram presença na cerimónia.

O Jornal de Notícias destaca-se com o maior número de fotografias publicadas (18) e o Correio da Manhã encontra-se no sentido oposto (sete) (Gráfico 26).

Quanto ao tipo de retratos, começa a ser notório que a morte continua a marcar presença nas imagens do funeral, nomeadamente através das fotografias do caixão aberto. No entanto, à medida que os anos vão passando, percebemos alguma retração nas opções editoriais dos jornais, que continuam a fotografar o caixão, mas fazem-no de um ângulo menos invasivo, que não permite identificar a personalidade, apesar de o seu corpo estar na imagem.

Gráfico 26 – António de Spínola: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.10.6 Marcas de subjetividade

No que toca à adjetivação, no caso de Spínola, o Correio da Manhã define-o, no antetítulo da sua primeira página, como um "militar ilustre"[141] e este é o único adjetivo encontrado em todos os textos noticiosos veiculados pelo jornal sobre a sua pessoa.

O Diário de Notícias, para definir o marechal, também numa biografia e na reportagem do seu funeral, utiliza as expressões "militar de honra, coerente com o seu pensamento (…) combatente de honra e sem medo"[142], com uma "vida controversa, mas frontal"[143]. Nessa mesma reportagem, o jornal critica a avidez da comunicação social em pleno enterro, escrevendo sobre o caso: "passaram-se mesmo cenas deprimentes de espezinhamento de campas"[144]. Não se trata de uma mera descrição do que aconteceu, uma vez que o jornalista apelida o sucedido como "cena deprimente", sendo patente um tom de reprovação no texto.

No Jornal de Notícias encontrámos apenas duas expressões elogiosas: "um dos mais destacados militares portugueses deste século"[145], presente no pós-título da primeira

[141] "Morreu o marechal António de Spínola" (1996) *Correio da Manhã*, 14 de agosto, p. 1.
[142] Barroso, J. M. (1996) "O que eu sou é um capitão de cavalaria", *Diário de Notícias*, 14 de agosto, pp. 4-5.
[143] Sá, P. (1996) "Respeito no adeus a Spínola", *Diário de Notícias*, 15 de agosto, p. 4.
[144] *Idem*.
[145] "Morreu um homem que mudou o futuro de Portugal" (1996) *Jornal de Notícias*, 15 de agosto, p. 1.

página, e "um dos mais prestigiados militares portugueses"[146], expressão encontrada na foto-legenda da síntese da semana, cinco dias após a sua morte.

A adjetivação encontrada nas notícias sobre o falecimento de António de Spínola é escassa. À medida que avançamos nos anos encontramos cada vez menos juízos de valor e cada vez mais citações sobre as qualidades da personalidade desaparecida, por parte de amigos, conhecidos ou figuras públicas. Assim, os adjetivos passam a estar atribuídos a alguém e menos dependentes da voz do jornalista.

4.11 Vítor Baptista

Vítor Baptista foi um futebolista português, conhecido pela irreverência e genialidade em campo, nascido a 18 de outubro de 1948 na cidade de Setúbal. Iniciou-se no futebol aos 15 anos, mais concretamente no Vitória de Setúbal, que o descobriu a jogar futebol de salão em torneios populares.

Em 1971, Vítor Baptista protagonizou "a mais cara transferência do futebol nacional até então" (A Bola), sendo comprado pelo Benfica ao Vitória de Setúbal por 3 mil contos. Vítor Baptista assinou por três anos com o Sport Lisboa e Benfica. Ao todo esteve seis anos no clube e foi lá que se notabilizou e que venceu vários troféus.

Conhecido pela sua rebeldia, no final de 1976, Vítor Baptista pressionou a direção do Sport Lisboa e Benfica: queria mais dinheiro ou não jogaria mais. O clube acedeu e nesse mesmo ano José Maria Pedroto convocou-o para a Seleção Nacional.

Vítor Baptista também se tornou conhecido por ter protagonizado um caso insólito no futebol português. O jogador usava um brinco na orelha esquerda, bem como alguns amuletos ao pescoço e, em 1978, na luta pelo título nacional, o Sporting foi jogar ao Estádio da Luz e perdeu. Vítor Baptista marcou um golo e, durante o lance, o brinco caiu e perdeu-se no relvado. O jogo esteve cinco minutos parado em busca do brinco que, segundo o jogador, tinha custado mais de 10 contos e não voltaria a aparecer.

Dois dias depois do episódio do brinco o jogador anunciou que tinha acabado de assinar pelo Vitória de Setúbal, graças ao contributo de três anónimos que contribuíram com 400 contos para o clube contratar Vítor Baptista. O jogador regressou assim ao Vitória de Setúbal, em 1978, e manteve-se naquele clube durante dois anos. Passou para o Boavista

[146] "Spínola" (1996) *Jornal de Notícias*, 18 de agosto, p. 60.

em meados de 1979, mas esteve poucos meses naquele clube. Em abril de 1980 mudou-se para a Califórnia, a convite de António Simões, treinador do Earth Ouakes de San José. Duas semanas depois Vítor Baptista regressou a Portugal e foi jogar para o Amora, clube a que se seguiram o Montijo, União de Tomar e Estrelas do Faralhão.

Retirou-se do futebol aos 37 anos e acabou a exercer a profissão de coveiro, em Setúbal, na miséria. Morre com 50 anos, na sequência de um acidente vascular cerebral[147].

Analisámos 45 edições respeitantes ao futebolista, 15 de cada jornal. Assim, foram considerados os 11 dias após a sua morte – 2 de janeiro a 12 de janeiro de 1999 – bem como as efemérides do acontecimento: um mês (1 de fevereiro de 1999), seis meses (1 de julho de 1999) e um ano (1 de janeiro de 2000). Uma vez que no dia em que se completavam dez anos sobre a sua morte (1 de janeiro de 2009) não foi publicado nenhum dos jornais, decidimos incluir a edição do dia seguinte, 2 de janeiro de 2009.

4.11.1 Primeiras páginas

No dia que se seguiu à morte de Vítor Baptista, 2 de janeiro de 1999, nenhum dos jornais analisados mencionou o acontecimento nas respetivas primeiras páginas. Ainda assim, é de realçar que o acontecimento foi capa do suplemente desportivo que se encontra no interior do Correio da Manhã, com a notícia sobre o acontecimento e duas imagens do antigo futebolista.

A ausência de Vítor Baptista das capas dos jornais pode facilmente ser relacionada com o longo afastamento entre o atleta e o mundo do futebol. O antigo jogador abandonou o futebol uma década antes da sua morte, pelo que acabou por cair no esquecimento. Ainda que Vítor Baptista tenha sido um jogador de renome, e apesar de a sua morte ter sido notícia, não foi suficientemente relevante para chegar às primeiras páginas.

4.11.2 O dia seguinte

O dia seguinte à morte de Vítor Baptista motivou, em cada um dos periódicos, uma notícia sobre o acontecimento.

O Correio da Manhã ocupou uma página inteira com a notícia da morte de Vítor Baptista. O conteúdo pode ser encontrado na primeira página do seu suplemento desportivo e é acompanhado por duas imagens. O texto noticioso é uma biografia.

[147] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.11.1.

O Diário de Notícias publica apenas uma biografia composta por três parágrafos sobre a morte de Vítor Baptista, acompanhada por uma fotografia a uma coluna.

Por sua vez, o Jornal de Notícias ocupa meia página com a notícia da morte do antigo futebolista. A biografia é acompanhada por uma fotografia.

O Diário de Notícias foi o jornal que escreveu menos sobre Vítor Baptista, enquanto o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias reuniram mais detalhes sobre a carreira do futebolista, que em tempos foi conhecido como "o maior". De realçar que os três periódicos publicaram biografias, apesar de os textos incluírem ainda dados sobre as cerimónias fúnebres e vozes de algumas personalidades que privaram com o atleta. No fundo, trata-se de condensar numa única peça todos os géneros que normalmente são utilizados aquando do falecimento de uma figura pública. Dada a ausência de Vítor Baptista do mundo do futebol, possivelmente os periódicos deram menor relevância à sua morte e optaram por dizer apenas o essencial, condensando a informação numa única peça. Face ao facto de Vítor Baptista ter morrido na miséria, trabalhando num cemitério, após ter vivido alguns anos na marginalidade, e ser conhecida a sua dependência das drogas, seria de esperar que os jornais mencionassem essas circunstâncias, mas, no caso do Correio da Manhã e Diário de Notícias esta referência é breve e, no caso do Jornal de Notícias, não existe. Por outro lado, poderíamos argumentar pelo facto de o ex-jogador ter caído no esquecimento a sua morte foi tratada como a de outra pessoa qualquer.

4.11.3 Os dez dias após a notícia morte

Os dias que se seguiram à notícia do desaparecimento de Vítor Baptista, 3 a 12 de janeiro de 1999, foram quase vazios em termos de conteúdo nos jornais analisados.

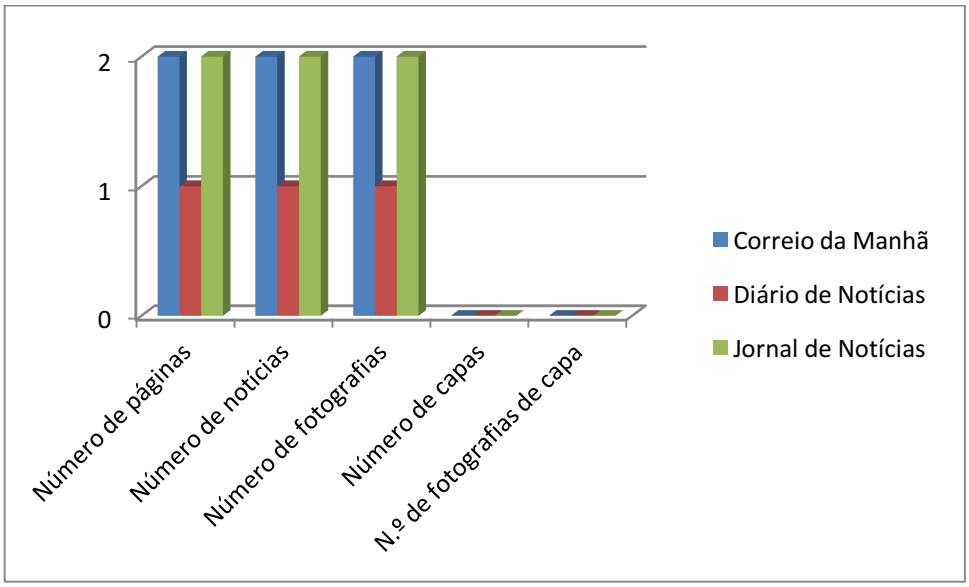
O Correio da Manhã publicou uma notícia que versa sobre as cerimónias fúnebres de Vítor Baptista.

O Jornal de Noticias também fez a cobertura do funeral de Vítor Baptista, utilizando uma imagem do futebolista em vida para ilustrar a reportagem.

Nos 11 dias após a morte de Vítor Baptista (Gráfico 27), concluímos que o Diário de Notícias foi quem prestou menos atenção ao tema, tendo ocupado 0,17% do total das suas páginas com o acontecimento. Já o Jornal de Notícias mencionou o ex-futebolista em 0,26% do total de páginas e o Correio da Manhã referenciou-o em 0,44% das suas páginas.

É notório que todos os periódicos publicaram uma biografia de Vítor Baptista, onde também incluíram outros elementos, como as vozes ou as informações das cerimónias fúnebres, que no caso de personalidades a quem foi atribuída mais relevância, motivariam a existência de peças autónomas. Ainda de salientar a ausência de qualquer artigo de opinião sobre a figura. Vítor Baptista estar retirado do futebol desde 1980, tendo morrido 19 anos depois, acabando por cair no esquecimento, apesar de ter gozado de uma fama considerável enquanto jogador.

Gráfico 27 – Vítor Baptista: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.11.4 As efemérides

Nenhum dos jornais analisados recordou a morte de Vítor Baptista, o que denota novamente a ausência de memória nos jornais, desta vez em relação a uma figura proeminente do mundo do futebol, cuja carreira acabou mais cedo, devido aos seus supostos excessos. Ainda assim, causa-nos alguma estranheza que ele não tenha sido recordado por nenhum jornal em nenhuma das datas. De qualquer modo, não podemos esquecer que quando do primeiro ano da sua morte o mundo entrava num novo milénio e no dia em que se assinalaram os dez anos do acontecimento nenhum dos periódicos foi publicado. Porém, no dia seguinte, que decidimos incluir na análise, também não continha qualquer menção ao ex-jogador de futebol.

4.11.5 As imagens

Ao todo foram publicadas cinco fotografias a acompanhar as notícias sobre a morte do atleta.

O Correio da Manhã ilustra a notícia da morte de Vítor Baptista com duas imagens: uma das fotografias mostra o atleta envergando o equipamento de um dos clubes que integrou e a outra retrata-o enquanto jogador do Benfica, num lance de jogo.

O Diário de Notícias utiliza apenas uma imagem, que mostra o futebolista em vida, mas não enquanto foi jogador de futebol. A fotografia de Vítor Baptista mais velho e com a barba por fazer retrata o ex-jogador. Além disso, a legenda é coincidente com a imagem escolhida: "Triste mas previsível, o desfecho do drama de Vítor Baptista"[148].

O Jornal de Notícias escolheu uma imagem de Vítor Baptista em campo, enquanto jogador do Boavista, para complementar a notícia da morte do atleta. Quanto à notícia do seu funeral, foi utilizada uma imagem do atleta em vida, o que denota a ausência de repórter fotográfico no evento.

O Diário de Notícias publicou apenas uma imagem e os outros periódicos optaram por publicar duas imagens cada um. Todos escolheram imagens da personalidade em vida e o Correio da Manhã e o Jornal de Notícias retrataram-no ainda no ativo. Considerando que Vítor Baptista morreu na miséria, seria de esperar que, tal como aconteceu, os jornais o recordassem por aquilo que conquistou e pelo estatuto que alcançou como atleta.

4.11.6 Marcas de subjetividade

Na sua biografia, o Correio da Manhã descreve Vítor Baptista como "herói infeliz, "um dos jogadores mais polémicos de sempre", "peitudo e corajoso", e de "carácter indisciplinado"[149]. O jornal refere ainda que o atleta entrou em "decadência futebolística e humana" e remata considerando a sua morte como "um triste acontecimento no primeiro dia do ano"[150]. Além das qualidades e defeitos que são imputados a Vítor Baptista, encontramos ainda como marca de pesar o comentário à tristeza que a sua morte parece causar ao autor do texto.

[148] "O «adeus» de Vítor Baptista" (1999) *Diário de Notícias*, 2 de janeiro, p. 36.
[149] "Morreu o herói infeliz" (1999) *Correio da Manhã*, 2 de janeiro, p. 46.
[150] *Idem*.

"Peitudo e corajoso"[151]. Estas mesmas qualidades são imputadas ao ex-jogador de futebol pelo Diário de Notícias. O texto publicado, uma biografia, é o mesmo que foi impresso pelo Correio da Manhã, com ligeiras alterações num e noutro jornal, o que nos leva a crer que terá sido escrito, originalmente, por uma agência de notícias, tal como já aqui mencionamos.

Por sua vez, o Jornal de Notícias descreve Vítor Baptista como "um ídolo dos estádios (…) impreparado para lidar com o muito dinheiro recebido" e como "orgulhoso"[152]. O periódico é aquele onde encontramos maior subjetividade, nomeadamente na biografia, que também relata a morte do futebolista e onde se pode ler: "nós, que acompanhámos o ex-futebolista a quem nos ligava uma grande amizade e a quem sempre ajudámos nos momentos difíceis, consideramos que Vítor Baptista era, em Setúbal, amado e odiado. Invejado por uns e desprezado por outros, o "maior" sempre nos disse que não se arrependia da forma como viveu e se pudesse voltaria a proceder no mesmo sentido"[153]. O uso da primeira pessoa num texto jornalístico não deixa de causar estranheza e, neste caso, a voz do jornalista é bem audível. Na reportagem assinada pelo mesmo jornalista, podemos ainda encontrar a expressão "pela sua compleição física e talento, seria hoje, se jogasse, disputado pelos maiores clubes do mundo"[154], o que sublinha a subjetividade das notícias publicadas pelo Jornal de Notícias sobre a morte de Vítor Baptista. De realçar que os textos foram escritos pelo correspondente do Jornal de Notícias em Setúbal, Manuel Júnior, pelo que, à partida, falamos de alguém que estaria por dentro do percurso de vida do futebolista e terá acompanhado também de perto a sua vida.

No que toca à adjetivação, os três jornais atribuíram caraterísticas à personalidade, nem todas positivas, com claro destaque para as marcas de subjetividade do Jornal de Notícias. Uma vez mais sentimos que o tom do jornalismo desportivo, acentuadamente subjetivo, faz-se sentir de forma particular nas notícias sobre a morte de figuras desportivas.

4.12 Amália Rodrigues

Amália da Piedade Rodrigues, conhecida apenas pelo primeiro nome, Amália, foi uma fadista e atriz portuguesa, considerada como a voz de Portugal. Nasceu a 23 de julho de

[151] "O «adeus» de Vítor Baptista" (1999) *Diário de Notícias*, 2 de janeiro, p. 36.
[152] Júnior, M. (1999) "Morreu Vítor Baptista aquele que foi o «maior»", *Jornal de Notícias*, 2 de janeiro, p. 46.
[153] *Idem*.
[154] Júnior, M. (1999) "O último adeus a Vítor Baptista", *Jornal de Notícias*, 3 de janeiro, p. 44.

1920 em Lisboa. Esteve três anos e três meses na escola e foi lá que cantou a primeira vez em público, na festa da Escola da Tapada (Santos, 2005: p.37).

Aos 15 anos, Amália e a irmã Celeste, dois anos mais nova, foram trabalhar para um stand no Cais da Rocha onde vendiam vinhos do Porto, bordados da Madeira e pequenas recordações aos turistas que vinham nos barcos (Santos, 2005: p.44). Foi nessa altura que aprendeu algumas palavras em inglês. Como a ouviam cantar na rua, em 1935 foi convidada para a Marcha de Alcântara, ensaiada por Joaquim José de Lima, que haveria de escrever os primeiros poemas que Amália cantou no Retiro da Severa (Santos, 2005: p.46).

A partir de 1939 Amália assume Rebordão como segundo nome e atua em várias casas de fado, entre as quais se destaca o Retiro da Severa, na qual atuou pela primeira vez em julho de 1939 e onde esteve seis meses com um contrato de exclusividade (Santos, 2005: p.58). Passa então a utilizar o sobrenome Rodrigues e, até 1950, passou por diversas casas de espetáculos, entre as quais o Solar da Alegria, Café Luso, Retiro dos Marialvas, Casino do Estoril, entre outros.

A primeira vez que saiu de Portugal foi em fevereiro de 1943 para cantar em Madrid e no ano seguinte estreia-se no Brasil, país onde haveria de voltar inúmeras vezes e onde inclusivamente estreou o fado "Ai, Mouraria".

O nome de Amália ia crescendo no fado e a cantora dá corpo a novos desafios. Em junho de 1940 estreia-se no teatro, na revista "Ora Vai Tu!", no Teatro Maria Vitória. Em 1947 iniciou-se no cinema com o filme "Capas Negras" e no mesmo ano estreou "Fado – história de uma cantadeira", que lhe rendeu o prémio de melhor atriz de cinema em 1948.

Foi nos anos 50 que o nome de Amália Rodrigues começa a ganhar maturidade internacional no panorama musical. Em 1952 estreou-se em Nova Iorque e, em 1953, ficou em primeiro lugar num concurso de uma rádio mexicana que elegeu o Óscar da Canção Internacional. Três anos depois subiu pela primeira vez ao palco do Olympia, em Paris. Em 1958 Amália estreou-se na televisão.

Foi no Brasil que Amália gravou o seu primeiro álbum, "As Penas", editado em 1945, e só cinco anos mais tarde editou um disco em Portugal, sob a chancela da Discos Melodia, "Ai Mouraria".

Entre os prémios que conquistou ao longo da sua carreira, destaque para o diapasão de ouro para Melhor Cantora Ligeira da Europa (1973), Grande Prémio da Cidade de Paris (1975), Medalha de Ouro da Cidade de Lisboa (1980), Grande Oficial da Ordem do Infante D. Henrique (1980), Grã-Cruz da Ordem Militar de Santiago de Espada (1990),

Amália vendeu mais de 30 milhões de cópias dos 170 discos editados em seu nome em todo o mundo. Cantou temas da autoria de Frederico Valério ("Amália" "Fado do Ciúme"), Pedro Homem de Mello ("Povo que Lavas no Rio", "Cuidei que Tinha Morrido", David Mourão-Ferreira ("Barco Negro", "Maria Lisboa"), Alexandre O'Neill ("Gaivota"), Alain Oulman ("Meu Amor é Marinheiro") e Alberto Janes ("Foi Deus" e "Vou Dar de Beber à Dor"). Cantava toda vestida de preto e usava sempre um xaile, sua imagem de marca. O seu último espetáculo foi a 11 de dezembro de 1994, no Coliseu dos Recreios, em Lisboa.

Amália Rodrigues morreu inesperadamente a 6 de outubro de 1999, com 79 anos de idade. O governo decretou três dias de luto nacional e o funeral reuniu milhares de pessoas. Amália está sepultada no Panteão Nacional[155].

Para efeitos deste estudo foram analisadas 45 edições, 15 de cada um dos periódicos. Assim, considerámos os onze dias após a morte de Amália Rodrigues, 7 de outubro a 17 de outubro de 1999, bem como as efemérides: um mês (6 de novembro de 1999), seis meses (6 de abril de 2000), um ano (6 de outubro de 2000) e dez anos (6 de outubro de 2009).

4.12.1 Primeiras páginas

A morte de Amália Rodrigues ocupou a totalidade de cada uma das primeiras páginas dos jornais analisados, no dia a seguir ao seu falecimento, 7 de outubro de 1999. Encontramos, assim, três capas inteiras, onde além da notícia do seu falecimento, há apenas espaço para o cabeçalho e a publicidade.

O Correio da Manhã (Ilustração 12) escolheu duas imagens para a sua primeira página: uma de Amália Rodrigues e outra das manifestações de pesar junto da casa da fadista. A capa inteira (assim considerada apesar da pequena chamada já referida) é encimada pelo antetítulo "Morreu Amália" e logo abaixo a manchete "Lágrimas no fado". Apesar de ser uma capa inteira, de realçar uma pequena chamada no fundo da página a propósito do encerramento do Campo Pequeno durante duas temporadas.

[155] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.12.1.

O Diário de Notícias (Ilustração 12) preencheu a primeira página com uma fotografia de Amália Rodrigues. Em baixo, uma espécie de legenda da imagem funciona como título: "Amália, quis Deus que fosse o meu nome". Parece-nos que foi intenção do jornal deixar a imagem falar por si. A capa é apenas cortada pelo rodapé de publicidade e por uma barra abaixo do cabeçalho com três chamadas: edição especial sobre Timor, poster grátis de Amália e morte de dois milícias em Timor Leste.

No Jornal de Notícias (Ilustração 12), o título escolhido da capa inteira foi "Chorem guitarras que a Amália morreu". No espaço abaixo, quatro das cinco colunas são ocupadas por uma fotografia de Amália Rodrigues e a coluna da direita dá algumas informações sobre as cerimónias fúnebres e ocupa ainda aquele espaço com duas publicidades. O Jornal de Notícias foi o único periódico que não colocou mais nenhum assunto na sua capa.

Ilustração 12 – Primeiras páginas: Amália Rodrigues



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 7 de outubro de 1999.

O Correio da Manhã fez mais duas manchetes com a morte de Amália Rodrigues: o velório e o funeral da fadista.

No Diário de Notícias Amália Rodrigues foi assunto de mais três capas. No dia a seguir ao velório o jornal fez foto de capa, no dia seguinte, o mesmo destaque e, três dias depois, um espetáculo de homenagem à fadista motivou uma chamada.

Nos dias que se sucederam à morte de Amália, o Jornal de Notícias dedicou mais duas manchetes à personalidade, preenchidas com o velório e o funeral.

No que diz respeito às capas dos jornais, percebemos que a morte de Amália Rodrigues foi suficientemente relevante, quer no dia após a sua morte, quer nos dias que se seguiram ao velório e ao funeral. De realçar o facto de o Correio da Manhã ter feito duas capas inteiras e uma manchete com o tema, tendo sido, por isso, o periódico que deu mais espaço ao falecimento da fadista, ainda que os outros jornais tenham optado por um destaque próximo. Além disso, é também digno de nota o facto de o concerto de homenagem a Amália ter sido motivo de uma chamada no Diário de Notícias.

4.12.2 O dia seguinte

No dia seguinte à morte de Amália Rodrigues, 7 de outubro de 1999, a fadista foi mencionada em 34 das 204 páginas dos três jornais analisados. Nos periódicos foram publicados 57 artigos sobre a morte da fadista, juntamente com 90 imagens.

Além da capa, o Correio da Manhã dedicou mais sete páginas inteiras a Amália, no dia que se seguiu à sua morte, ou seja, mais de 18% da sua edição. Encontramos 17 peças: cinco vozes, quatro notícias, duas breves, duas biografias, um artigo de opinião, um editorial, uma reportagem, e uma cronologia.

O Diário de Notícias estende as notícias em torno da morte de Amália Rodrigues por 14 das suas páginas, 13 das quais são inteiramente preenchidas com o acontecimento. Falamos, pois, de 21,8% do total de páginas do periódico daquele dia. Contabilizamos 26 peças: oito biografias, quatro breves, quatro vozes, três notícias, duas cronologias, um inquérito, uma reportagem, um editorial, uma crónica e um artigo de opinião.

O Jornal de Notícias ocupa nove das suas páginas com a morte da fadista, ou seja, 9,37% da sua edição, neste dia composta por 96 páginas. Destas, oito são integralmente preenchidas com artigos e imagens sobre o acontecimento. Ao todo falamos de 14 peças: quatro notícias, três vozes, duas biografias, dois artigos de opinião, uma crónica, uma reportagem e uma breve.

O Diário de Notícias foi o jornal com a cobertura mais ampla, uma vez que escreveu 14 páginas sobre o acontecimento enquanto o Jornal de Notícias e o Correio da Manhã deram um tratamento equivalente ao falecimento da artista em termos de espaço, com nove e oito páginas, respetivamente. O Diário de Notícias não só dedicou mais páginas à morte da fadista, como também aprofundou mais a sua biografia e incluiu géneros como o inquérito, a par da panóplia de vozes que ouviu, para recordar Amália. Além disso, duas das páginas

do jornal são unicamente preenchidas com imagens que visam, também, retratar a vida da fadista. Apesar de os géneros não divergirem muito, a ausência de um editorial no Jornal de Notícias contrasta com a sua presença no Correio da Manhã e no Diário de Notícias.

Ainda de destacar, no que toca à categoria vozes, a coincidência de personalidades selecionadas para integrar as colunas do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias. Se havia escolhas óbvias, como o Chefe de Estado, o primeiro-ministro ou o ministro da Cultura, há outras opções cujo critério é menos claro. É o caso dos atores Virgílio Castelo ou Raul Solnado ou do futebolista Eusébio. Não é descabido que os jornais lhes tenham dado voz, mas é estranho que a opção seja comum ao Diário de Notícias e ao Jornal de Notícias, pelo que, possivelmente, foi a Agência Lusa que ouviu as personalidades e que publicou as suas reações, o que levou os dois jornais a escolheram praticamente as mesmas pessoas, ainda que as declarações não sejam exatamente iguais. De qualquer modo, a transversalidade das personalidades ouvidas, indicia também a transversalidade da própria Amália.

4.12.3 Os dez dias após a notícia da morte

Após ter sido noticiada a morte de Amália, o nome da fadista continuou a figurar nas páginas dos três jornais analisados. Encontrámos menção à personalidade em 74 páginas dos dez dias decorridos após conhecida a notícia da morte de Amália (8 a 17 de outubro de 1999), num total de 110 peças e 84 fotografias.

Ao todo o Correio da Manhã referenciou a personalidade em 20 das suas páginas, ou seja, 4,46% do total de páginas destas dez edições. Entre estas estão duas capas. No decurso dos dez dias seguintes à notícia da morte de Amália Rodrigues, o jornal dá à estampa 30 peças e 28 fotografias. Em termos de géneros jornalísticos encontramos 13 breves, sete notícias, cinco artigos de opinião, quatro reportagens e quatro vozes.

O Diário de Notícias referenciou Amália Rodrigues em 33 páginas nos dez dias após ter sido noticiada a sua morte, ou seja, 5,5% do total das edições. Tal como já referimos, três destas páginas foram capa. Quanto ao número de peças, foram 53 os artigos publicados neste período, acompanhados por 28 imagens. Registamos a presença de 14 breves, 13 notícias, dez artigos de opinião, seis crónicas, seis reportagens, duas cronologias e duas biografias.

O Jornal de Notícias desenvolveu a notícia da morte de Amália Rodrigues ao longo de 21 páginas, duas das quais capas, publicadas nos dez dias após ter sido noticiado o acontecimento. Falamos de 1,96% das edições deste diário. Ao todo foram publicadas 26 peças e 28 imagens respeitantes ao desaparecimento da fadista. Em termos de géneros jornalísticos registamos oito breves, cinco notícias, cinco artigos de opinião, três crónicas, três reportagens, uma foto-legenda e uma biografia.

O Diário de Notícias volta a destacar-se como o jornal que dá mais espaço às notícias que referenciam Amália Rodrigues. O tratamento do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias é equivalente em termos de páginas. Da análise dos onze dias após a morte de Amália Rodrigues (Gráfico 28), percebemos que a maior cobertura foi assegurada pelo Diário de Notícias, que dedicou 7,16% das suas páginas à publicação de artigos sobre a fadista. Uma extensão próxima foi a dedicada pelo Correio da Manhã, onde a morte de Amália Rodrigues ocupou 5,69% do espaço. O Jornal de Notícias, por sua vez, foi o diário que ocupou menos páginas com o tema, sendo que 2,58% das páginas das suas onze edições referenciaram a fadista. A diferença de tratamento nestes onze dias é sobretudo notória se tivermos em consideração o número de peças que cada jornal publicou, expresso no Gráfico 28.

Além de ser o jornal que ocupa a maior extensão em número de páginas com a morte de Amália Rodrigues, o Diário de Notícias é também o periódico que diversifica mais os conteúdos informativos. Assim, encontramos conteúdos comuns aos três jornais, como a cobertura do velório e do funeral ou as homenagens que lhe foram prestadas. Mas o Diário de Notícias distingue-se, por exemplo, ao ouvir um sociólogo que analisa o fenómeno sociocultural que Amália representou ou a artista que concebeu as capas dos discos da fadista. No que toca ao conteúdo informativo, parece-nos ser digno de nota o facto de o Correio da Manhã ter feito a cobertura da missa de sétimo dia de Amália Rodrigues, algo que registamos pela primeira vez neste estudo. Também de realçar que os jornais deram conta das reações no estrangeiro à morte da fadista, sinal da sua preponderância além-fronteiras.

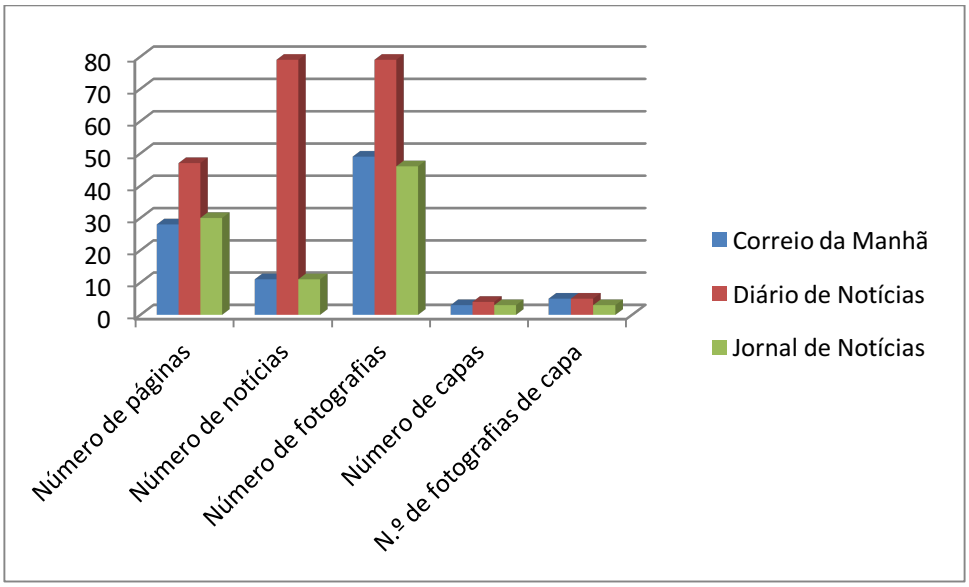
No que diz respeito à abordagem da morte de Amália, o Correio da Manhã, no âmbito da cobertura das exéquias, menciona alguns detalhes pouco importantes, como o facto do então primeiro-ministro António Guterres ter permanecido no velório 45 minutos ou a editora Valentim de Carvalho ter cancelado a sua festa de aniversário. O mesmo aconteceu

no Jornal de Notícias, que destacou acontecimentos como o cancelamento da festa de aniversário da Valentim de Carvalho, os desmaios de cidadãos anónimos ou a emoção sentida por Eusébio, que levou dois bombeiros a perguntarem-lhe se se sentia bem.

Quanto aos géneros jornalísticos, destaque para a presença de um editorial no Correio da Manhã e no Diário de Notícias e para a sua ausência do Jornal de Notícias, mais uma nota que sublinha a menor relevância dada por este jornal à morte de Amália Rodrigues. A opinião foi um dos géneros mais presentes, sobretudo nos dias que se seguiram ao funeral. No total, os três jornais publicaram 24 artigos de opinião e 11 crónicas, durante os onze dias que se seguiram à morte de Amália Rodrigues. Se lhes somarmos os dois editoriais e um inquérito, deparamo-nos com mais de 22% do total de artigos inseridos nos géneros de opinião. Este facto assume particular significado do ponto de vista do impacto da morte de Amália e do reconhecimento público que a fadista granjeou ao longo dos anos.

Ainda de realçar a preponderância do género reportagem, uma vez que foram publicados 16 textos deste género noticioso nos onze dias após a morte de Amália.

Gráfico 28 – Amália Rodrigues: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.12.4 As efemérides

As efemérides da morte de Amália Rodrigues foram assinaladas em todos os jornais: um mês, um ano e dez anos no Correio da Manhã; um mês, seis meses, um ano e dez anos no Jornal de Notícias; e um ano e dez anos no Diário de Notícias.

O Correio da Manhã não assinala um mês sobre a morte de Amália Rodrigues com qualquer conteúdo editorial, mas sim com o lançamento de uma medalha de homenagem à fadista. No primeiro aniversário da morte da fadista o periódico publica nove artigos: seis notícias, duas breves e um artigo de opinião. A evocação da personalidade é feita em duas páginas, sem qualquer referência na capa do jornal. Na primeira década, o Correio da Manhã não faz referência na primeira página, mas dedica uma página inteira à fadista no interior do jornal. São três peças – um artigo de opinião, uma notícia e uma breve.

No Diário de Notícias, o primeiro aniversário da morte de Amália Rodrigues é assinalado com uma página inteira, preenchida com três peças – uma breve e duas notícias – e duas imagens. Nos dez anos da morte de Amália, no Diário de Notícias, encontramos uma chamada de primeira página para a exposição evocativa de Amália Rodrigues. No interior do jornal o tema é desenvolvido em duas páginas e ilustrado com 17 imagens da exposição e são publicados quatro artigos publicados – três breves e uma notícia.

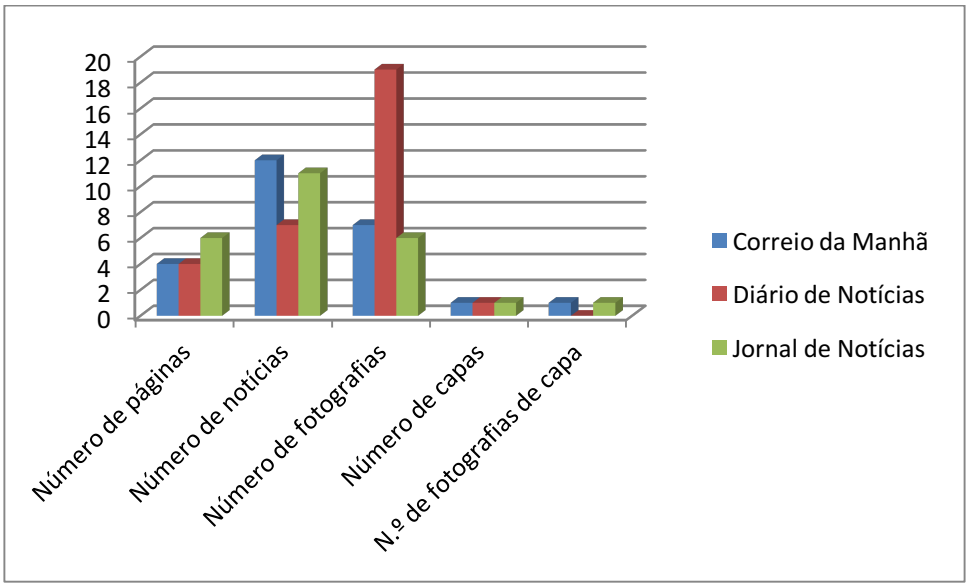
O Jornal de Notícias é o único jornal que assinala todas as efemérides da morte de Amália Rodrigues. Um mês depois do seu falecimento, o jornal publica um artigo de opinião de um leitor e após o primeiro meio ano é publicada uma notícia acerca de um espetáculo de bailado baseado em músicas da cantora. No primeiro ano após a morte, o periódico publica uma notícia e uma fotografia. O Jornal de Notícias é aquele que dá mais destaque à primeira década após a morte de Amália Rodrigues. O jornal coloca a imagem da fadista como foto de capa acompanhada do título "Amália hoje, Amália Sempre". No interior dedica duas páginas inteiras da secção de cultura à efeméride. São oito artigos – cinco breves, duas notícias desenvolvidas e uma biografia – e quatro fotografias – duas de Amália e duas dos artistas que a homenagearam.

As efemérides da morte de Amália dizem muito da relevância da fadista. Além de terem sido assinaladas as datas mais imediatas, com destaque para o primeiro aniversário da sua morte, dez anos depois de ter falecido o nome de Amália continua a ser suficientemente forte para, por exemplo, ser foto de capa no Jornal de Notícias. Ainda assim, não podemos ignorar o facto de que no primeiro aniversário da morte da fadista, tinham sido anunciadas iniciativas para celebrar a data e quando se completavam dez anos da sua morte estava prestes a abrir a exposição "Amália, coração independente", em Lisboa. Estes acontecimentos podem ter sido o ponto de partida para os jornais não se esquecerem de lembrar Amália, mas cada um dos periódicos foi mais além, publicando, por exemplo,

artigos de opinião, ou abordando questões paralelas, como a trasladação, que assumiam relevância no âmbito da efeméride.

De facto, o tratamento das efemérides é equilibrado (Gráfico 29), mas é de realçar, que, apesar de assinalar o primeiro mês e primeiro semestre, o Jornal de Notícias não contempla verdadeiras efemérides, pois a referência ao nome da personalidade não deriva do tempo que passou desde a sua morte e em nenhum dos casos é mencionado que naquele dia se assinala um mês ou seis meses do seu falecimento. Pelo contrário, dez anos após a sua morte, no Diário de Notícias, na cabeça da página, o título "Especial Amália: 10 anos depois" não deixa dúvidas sobre a intenção de assinalar da efeméride.

Gráfico 29 – Amália Rodrigues: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.12.5 As imagens

O Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias publicaram um total de 174 fotografias a acompanhar as notícias sobre a morte de Amália.

O Correio da Manhã escolheu 49 fotografias para acompanhar os textos que abordam a morte de Amália Rodrigues. Destas imagens, a grande maioria (42) foram publicadas nos primeiros três dias após o seu falecimento. Considerando a totalidade de imagens veiculadas pelo periódico, apenas dez retratam Amália Rodrigues e duas fazem-no mostrando o corpo da fadista dentro do caixão. Registámos a utilização de 22 imagens respeitantes à massa humana que participou nas cerimónias fúnebres, os rostos de pesar de

anónimos e as figuras públicas que marcaram presença no funeral. As restantes figuras mostram os locais relevantes para a vida da fadista e as personalidades que quiseram dar o seu testemunho ao jornal sobre o desaparecimento da artista.

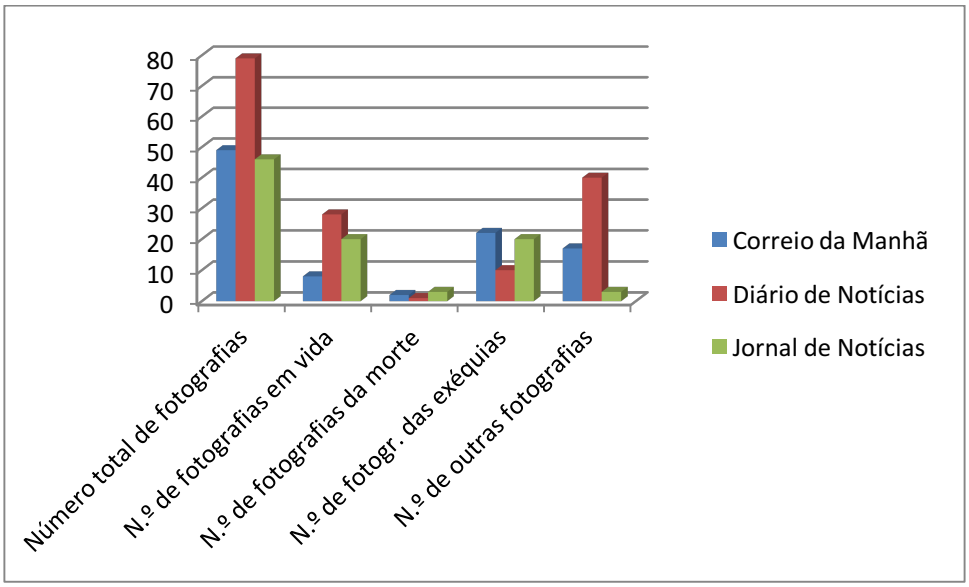
No Diário de Notícias foram publicadas 79 fotografias durante os onze dias que se seguiram à morte de Amália Rodrigues, a grande maioria das quais (69) nos três dias após o seu falecimento. O periódico retratou a fadista em 29 imagens (entre estas, duas ilustrações da cantora), uma das quais mostra uma panorâmica do velório, com o corpo visível, ainda que afastado, num caixão aberto e rodeado de flores. Há ainda a registar dez fotografias que mostram a quantidade de pessoas que marcou presença nas cerimónias fúnebres, os rostos anónimos de pesar e as figuras públicas que marcaram presença. As restantes imagens são, sobretudo, das capas dos discos lançados por Amália.

O Jornal de Notícias escolheu 46 imagens para acompanhar os artigos que abordam a morte de Amália Rodrigues. À semelhança dos restantes periódicos, a maioria das imagens (37) foram utilizadas nas três edições após o falecimento da personalidade. Do total de imagens utilizadas, 23 são de Amália Rodrigues e três destas mostram o corpo da fadista dentro da urna. O periódico utilizou 20 fotografias para retratar as cerimónias fúnebres, as pessoas presentes, anónimos e figuras públicas, bem como algumas homenagens que foram realizadas, nomeadamente a missa de sétimo dia.

O Diário de Notícias foi quem publicou mais imagens (79) enquanto o Correio da Manhã e Jornal de Notícias têm um número equivalente. Ainda assim, este último periódico foi quem publicou mais retratos de Amália Rodrigues (Gráfico 30).

Encontramos novamente a presença do corpo da personalidade nas páginas dos jornais, ainda que nos pareça que existe uma tendência para opções gráficas mais comedidas. O Diário de Notícias, por exemplo, faz apenas uma panorâmica do velório e o Jornal de Notícias, apesar de ter publicado, inclusivamente na sua capa, três imagens do caixão aberto, optou por escolher ângulos que não aproximam demasiado a imagem do leitor. Também no Correio da Manhã o ângulo escolhido não deixa ver demasiados pormenores do féretro. Podemos sustentar que um caixão aberto é parte do acontecimento, pelo que será também parte do seu relato. Assim se justifica que os jornais publiquem imagens do corpo, mas não podemos deixar de destacar o facto de, ao longo dos anos, o fazerem de um ângulo cada vez mais recatado.

Gráfico 30 – Amália Rodrigues: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.12.6 Marcas de subjetividade

O Correio da Manhã é aquele cuja voz dos jornalistas é menos notada nas notícias sobre a morte de Amália Rodrigues. Ainda assim, encontramos adjetivos como "figura ímpar da cultura portuguesa"[156], grande diva do fado"[157], "maior fadista de sempre"[158] ou "um dos maiores símbolos nacionais"[159]. Além disso, são ainda visíveis marcas de subjetividade que, a nosso ver, derivam de um tipo de artigo jornalístico mais próximo da opinião, por se inserir na secção de cultura do jornal. São disto exemplo expressões como a "imortalidade é apenas digna dos verdadeiros deuses"[160], aquando da descrição do concerto de homenagem à fadista. Ainda no que toca às marcas de subjetividade, encontramos uma voz de pesar do jornalista, quando diz que "apesar de, fisicamente, já não estar entre nós, Amália nunca morrerá. Os seus fados continuarão na voz do povo que ela sempre cantou. Até à eternidade!"[161]. O uso do pronome pessoal "nós" também está patente na expressão "Voz de todos nós[162]", com a particularidade de a palavra voz estar em letra maiúscula, como se do nome próprio da personalidade se tratasse. Mesmo nas efemérides (um ano e dez anos depois) há exemplos de adjetivação e marcas de subjetividade, sendo disso a

[156] Faria, I. e Baltazar, A. F. (1999) "Figura do cinema", *Correio da Manhã*, 7 de outubro, p. 34.
[157] "A sua vida em palco" (1999) *Correio da Manhã*, 7 de outubro, p. 35.
[158] Ribeiro, A. M. (1999) "'Algo de mim sobrevive'", *Correio da Manhã*, 7 de outubro, p. 35.
[159] Pereira, M. (1999) "Até à eternidade", *Correio da Manhã*, 9 de outubro, p. 26.
[160] Fidalgo, V. (1999) "Recordar Amália sempre", *Correio da Manhã*, 14 de outubro, p. 37.
[161] Pereira, M. (1999) "Até à eternidade", *Correio da Manhã*, 9 de outubro, p. 26.
[162] "O último adeus" (1999) *Correio da Manhã*, 9 de outubro, p. 1.

referência a Amália como "diva"[163], "grande fadista"[164], "nosso grande símbolo"[165] e "musa"[166].

Também no Diário de Notícias encontramos o mesmo tipo de adjetivação. Entre os elogios utilizados pelo jornal para se referir a Amália Rodrigues estão os termos "rainha"[167] e as expressões "voz maior da canção lisboeta"[168], "diva do fado"[169], "uma das vozes absolutas do século"[170], "mulher descontraída, brincalhona e até mesmo atrevida"[171] ou "grande Senhora"[172]. Já as marcas de subjetividade incluem a utilização dos nomes coletivos, de que são exemplo expressões como "dentro do fado e de tudo o que Amália cantou está tudo o que somos"[173]. Além disso, a subjetividade, que se aproxima das crónicas e críticas do jornalismo cultural, está presente em textos onde se leem excertos como "Amália, onde quer que esteja, escute. Está a ouvir? Palmas. Palmas para si. Lágrimas por si. Portugal chorou-a. Portugal cantou-a"[174]. Noutro exemplo lemos a seguinte frase: "a alma portuguesa está ferida e dói. Sangra, magoa e chora"[175]. Também as efemérides (um ano e dez anos) comprovam estas marcas de subjetividade, nomeadamente com a utilização de exclamações para expressar de forma implícita uma opinião ("não merecerá Amália que os seus restos mortais e a sua memória sejam distinguidos num Panteão ou num mausoléu?"[176]) e com o uso de adjetivos ("genial nesse canto único"[177] ou "glamour da diva do fado"[178]).

O Jornal de Notícias utiliza também adjetivos e marcas de subjetividade, ainda que seja o jornal que apresente menos exemplos. Assim, entre as caraterísticas e qualidades atribuídas

[163] "O mundo não esquece" (2000) *Correio da Manhã*, 6 de outubro, p. 36.
[164] Montenegro, R. (2000) "Televisões assinalam o dia", *Correio da Manhã*, 6 de outubro, p. 37.
[165] *Idem*.
[166] Ribeiro, A. M. (2009) "A exposição que vai correr o mundo", *Correio da Manhã*, 6 de outubro, p. 41.
[167] "Fado perde rainha" (1999) *Diário de Notícias*, 7 de outubro, p. 4.
[168] "Discografia" (1999) *Diário de Notícias*, 7 de outubro, pp. 5-11.
[169] Alves, M. (1999) "O Adeus sereno de um povo", *Diário de Notícias*, 8 de outubro, p. 44.
[170] Gaspar, M. (1999) "E todo o mundo era fado", *Diário de Notícias*, 7 de outubro, p. 7.
[171] Neto, M. (1999) "Eu não vivi, a vida viveu-me", *Diário de Notícias*, 7 de outubro, p. 11.
[172] Neto, M. (1999) "(Esplen)dor de Portugal", *Diário de Notícias*, 9 de outubro, p. 38.
[173] Valdemar, A. (1999) "Raiz de um sentimento profundo", *Diário de Notícias*, 7 de outubro, p. 6.
[174] Silva, M. A. (1999) "Muitas vozes e palmas para uma voz insuperável", *Diário de Notícias*, 9 de outubro, p. 36.
[175] Neto, M. (1999) "(Esplen)dor de Portugal", *Diário de Notícias*, 9 de outubro, p. 38.
[176] Silva, M. A. (2000) "Amália: um património cultural", *Diário de Notícias*, 6 de outubro, p. 4.
[177] *Idem*.
[178] Marque, M. (2009) "Revisitar a diva de coração independente", *Diário de Notícias*, 6 de outubro, pp. 26-27.

pelo periódico a Amália Rodrigues estão "qualidade superior da sua voz"[179], "diva do fado"[180], "mulher portuguesa mais célebre deste século"[181] ou "rainha do fado"[182]. Também a utilização de frases e expressões que trazem a voz do jornalista à tona estão exemplificadas em excertos como "o canto de Amália é também um canto de cidade… Essa voz que nos toca a todos"[183] ou "Amália teria gostado de se sentir uma deusa por entre as flores"[184]. Quanto às efemérides, apenas em uma das notícias publicada no âmbito da primeira década da morte de Amália Rodrigues encontramos expressões elogiosas, entre as quais "uma voz imortal", "voz do fado por excelência" ou "intérprete mais carismática de sempre"[185].

No que toca às marcas de subjetividade, os jornais analisados deram mostras de uma contenção maior do que o esperado, no que toca ao tratamento noticioso da morte da fadista. À semelhança da tendência que se vem verificando com o avançar dos anos, os periódicos procuram muitas vezes a voz dos seus interlocutores para dar conta das qualidades da personalidade em causa. É o caso de Amália Rodrigues, ainda que subsistam bastantes exemplos de adjetivação nos três jornais.

4.13 Sophia de Mello Breyner

Sophia de Mello Breyner Andresen foi uma escritora e poetisa portuguesa, autora de 17 livros de poesia, nove antologias e 13 livros de prosa, seis ensaios e uma peça de teatro. Nasceu no Porto a 6 de novembro de 1919 e o seu primeiro poema, que haveria de ser publicado mais tarde, foi escrito aos 14 anos.

Estudou no Colégio do Sagrado Coração de Maria no Porto e em 1934 ingressou no curso de Filologia Clássica, na Faculdade de Letras de Lisboa, que nunca terminou. Os seus primeiros escritos foram colaborações, a partir de 1940, nos "Cadernos de Poesia" e mais tarde, em agosto de 1944, reuniu as suas primeiras composições no livro intitulado "Poesia".

O segundo livro de Sophia, "Dia do Mar", foi editado em Lisboa em 1947 e também reunia poemas que ela havia escrito na adolescência e juventude. Em 1950, ano da morte do seu

[179] "Portugal perdeu um símbolo nacional" (1999) *Jornal de Notícias*, 7 de outubro, p. 34.
[180] "Milhares de pessoas no adeus à diva do fado" (1999) *Jornal de Notícias*, 7 de outubro, p. 35.
[181] "Voz conhecida em todo o mundo" (1999) *Jornal de Notícias*, 7 de outubro, p. 37.
[182] "Uma deusa coroada num manto de flores" (1999) *Jornal de Notícias*, 8 de outubro, p. 35.
[183] "Dia 6 de Outubro é dia de Amália" (1999) *Jornal de Notícias*, 7 de outubro, p. 40.
[184] "Uma deusa coroada num manto de flores" (1999) *Jornal de Notícias*, 8 de outubro, p. 35.
[185] Almeida, S. (2009) "Uma voz imortal", *Jornal de Notícias*, 6 de outubro, p. 42.

pai, publica "Coral", um livro mais noturno, como a própria definiu, e quatro anos mais tarde é editada a obra "No Tempo Divido", à qual se seguiu Mar Novo (1958). Em 1961, publica "O Cristo Cigano" e um ano depois o "Livro Sexto", bem como o seu primeiro livro de contos, "Contos Exemplares". No ano de 1963, Sophia recebeu o Grande Prémio de Poesia da Sociedade Portuguesa de Escritores, atribuído a Livro Sexto e um ano depois publica as antologias "Poesia Sempre" I e II. Nos anos seguintes foram editadas as obras "Geografia" (1967), "Antologia" (1968), "Grades [Antologia de Poemas de Resistência]" (1970), "11 Poemas" (1971) e "Dual" (1972).

Durante esta época foi uma ativista contra o regime de Salazar. Após o 25 de Abril de 1974 chegou a ser eleita deputada à Assembleia Constituinte pelo Partido Socialista.

Sophia de Mello Breyner também se dedicou à literatura infantil, através de obras que escreveu para os seus cinco filhos. A poetisa desenvolveu ainda trabalhos de tradução.

Sophia foi a primeira mulher portuguesa a receber o Prémio Camões, no ano de 1999, e apesar de ter chegado a estar entre os candidatos, nunca lhe chegou a ser atribuído o Prémio Nobel.

A poetisa morreu aos 84 anos, no dia 2 de julho de 2004, após 15 dias de internamento no Hospital Pulido Valente, em Lisboa[186].

Na nossa análise foram consideradas 45 edições, 15 de cada periódico, que incluem os onze dias após a morte da poetisa – 3 a 13 de julho de 2004. Uma vez que não nos foi possível consultar a edição do Jornal de Notícias do dia 10 de julho de 2004[187], incluímos, no caso deste título, um dia a mais na nossa análise: 14 de julho de 2004. Quanto às efemérides foram analisadas as edições de 2 de agosto de 2004 (um mês), 2 de janeiro de 2005 (seis meses), 2 de julho de 2005 (um ano) e 2 de julho de 2014 (dez anos).

4.13.1 Primeiras páginas

A morte de Sophia de Mello Breyner foi referenciada nas primeiras páginas dos três jornais analisados, no dia após o seu falecimento, 3 de julho de 2004.

[186] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.13.1.
[187] Esta edição não existe em nenhuma das bibliotecas consultadas.

O Correio da Manhã (Ilustração 13) dá conta da morte de Sophia com uma pequena chamada a uma coluna, no fundo da página, acompanhada por uma fotografia, onde se lê "Faleceu Sophia de Mello Breyner Andresen".

O Diário de Notícias (Ilustração 13) optou por dedicar a sua foto de capa à morte da poetisa. Em cima da imagem escolhida está apenas escrito "Sophia 1919-2004" e a legenda do jornal está redigida em jeito de uma pequena introdução à notícia do falecimento de Sophia de Mello Breyner.

O Jornal de Notícias (Ilustração 13) também coloca uma foto de capa no dia que se seguiu à morte da personalidade. A imagem de Sophia de Mello Breyner tem dentro um poema da sua autoria, bem como a data em que nasceu e morreu.

Ilustração 13 – Primeiras páginas: Sophia de Mello Breyner



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 3 de julho de 2004.

No dia após o seu funeral, 5 de julho de 2004, o Diário de Notícias colocou uma pequena chamada a três linhas na primeira página. O título escolhido foi "O último adeus a Sophia de Mello Breyner". Nenhum dos outros jornais voltou a mencionar a poetisa nas suas capas nos dez dias após ter sido noticiada a sua morte.

Podemos concluir que o Diário de Notícias foi o jornal que deu maior relevância à morte de Sophia de Mello Breyner para colocar uma chamada na primeira página das cerimónias fúnebres da poetisa. Ao mesmo tempo, o Diário de Notícias, juntamente com o Jornal de Notícias, foram os periódicos que deram maior destaque à sua morte, na medida em que fizeram foto de capa do acontecimento, enquanto o Correio da Manhã apenas lhe dedicou uma pequena chamada no fundo da página.

Não podemos, no entanto, ignorar que Sophia de Mello Breyner foi a enterrar no mesmo dia em que Portugal jogou a final do Europeu de 2004, frente à Grécia. A derrota da Seleção Nacional ocupou as primeiras páginas dos jornais analisados no dia 5 de julho, mas todos os jornais inseriram outros temas na sua capa. O Diário de Notícias escolheu publicar uma coluna onde se leem nove chamadas, entre as quais a do funeral de Sophia. O Jornal de Notícias publica seis chamadas a uma coluna, mas nenhuma delas aborda o funeral de Sophia e o Correio da Manhã dá espaço a outros cinco temas, além da derrota de Portugal, e também deixou de fora este acontecimento.

4.13.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu ao falecimento de Sophia de Mello Breyner, o acontecimento foi mencionado em nove das 200 páginas dos três jornais analisados, com um total de 15 notícias e nove imagens.

Além da capa, o jornal dedica uma página ao falecimento de Sophia de Mello Breyner, ocupada por quatro peças: uma biografia, uma breve e duas vozes.

No Diário de Noticias publicam-se duas páginas inteiras dedicadas à poetisa, além da primeira página do jornal, que reúnem um total de cinco peças – uma biografia, uma cronologia, duas vozes e uma breve.

O Jornal de Notícias é aquele que dedica mais atenção à morte de Sophia de Mello Breyner. Além da capa, o periódico ocupa as suas três primeiras páginas com as sete peças que têm o seu foco no desaparecimento da poetisa. Encontramos três biografias, três vozes e uma cronologia.

A análise das peças publicadas nas páginas dos jornais no dia após a morte de Sophia de Mello Breyner confirma que não só o Jornal de Notícias dedicou mais páginas ao tema, como o seu conteúdo é mais aprofundado e diferenciado em relação ao conteúdo do Correio da Manhã e do Diário de Notícias. O pendor biográfico do Jornal de Notícias é uma das marcas desta diferenciação, a par da exploração da questão do Nobel que Sophia nunca chegou a receber. Ainda de realçar a ausência de artigos de opinião, bem como de editoriais dedicados à personalidade.

4.13.3 Os dez dias após a notícia da morte

Os três periódicos analisados fizeram referência a Sophia de Mello Breyner em 14 das suas páginas nos dez dias após a morte da poetisa ter sido noticiada, entre 4 e 13 de julho de 2004 (Diário de Notícias e Correio da Manhã) e entre 4 e 14 de julho de 2004 (Jornal de Notícias). Ao todo, neste período, foram escritas 17 notícias e utilizadas 13 imagens.

O Correio da Manhã fez referência ao desaparecimento da personalidade em três páginas e três peças (duas notícias e uma breve), nos dez dias após ter sido noticiada a sua morte. Falamos, pois, de 0,46% do total das suas páginas.

O Diário de Notícias publicou sete peças sobre Sophia de Mello Breyner, em seis das suas páginas, nos dez dias após ter noticiado a sua morte, ou seja, 1% das suas páginas. Falamos de duas crónicas, uma notícia, uma reportagem, um artigo de opinião, uma breve, uma biografia e vozes.

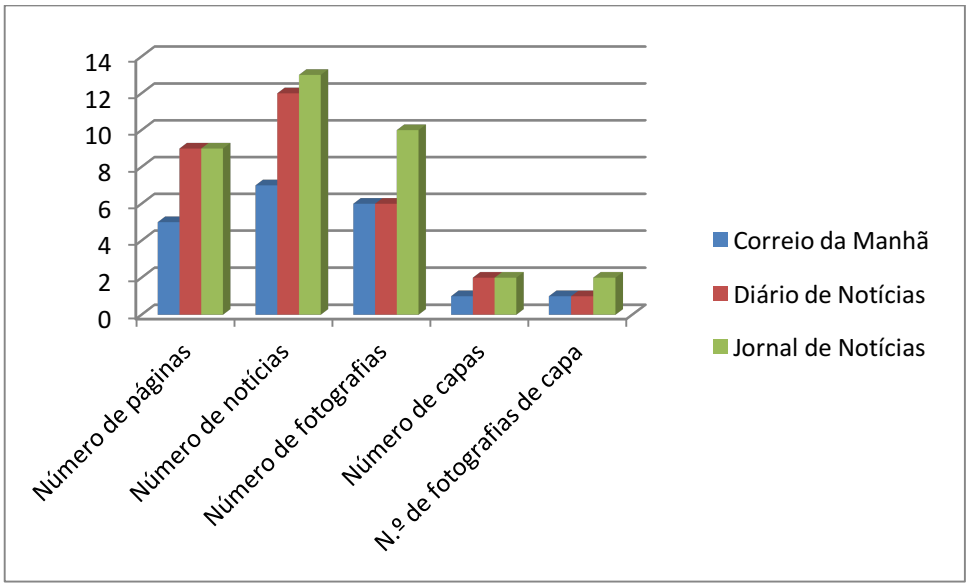
No Jornal de Notícias as menções à personalidade figuraram em cinco páginas, ou seja, 0,85% das dez edições analisadas, e materializam-se em sete peças: dois artigos de opinião, duas reportagens, uma biografia, uma breve e uma foto-legenda.

Considerando agora os onze dias após a morte de Sophia de Mello Breyner Andresen (Gráfico 31), podemos concluir que o Correio da Manhã foi o jornal que menos destaque deu ao acontecimento e que lhe destinou menos espaço nas suas edições (0,69%). Se comparados com os outros jornais, os artigos publicados pelo Correio da Manhã são menos aprofundados no que toca à vida e obra da poetisa, sendo ainda de destacar o facto de este jornal não ter publicado nenhum artigo de opinião sobre a personalidade. Sinal deste menor destaque é a cobertura do velório de Sophia de Mello Breyner no Correio da Manhã, uma vez que o texto vem assinado por um jornalista em parceria com a Agência Lusa e a fotografia utilizada é uma imagem genérica da Igreja da Graça, onde decorreria a cerimónia, o que nos leva a concluir que o jornal não se deslocou até ao local do acontecimento.

O espaço que Sophia de Mello Breyner ocupou nas páginas do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias é equivalente: cada um dos periódicos lhe dedicou 1,38% das suas páginas, percentagem que é, de facto, equivalente, na medida em que a média do Diário de Notícias, nestes onze dias, é de 58,9 de páginas e no Jornal de Notícias este número é ligeiramente superior, 59,2. Apesar de quantitativamente o destaque ser o mesmo, a

verdade é que o Jornal de Notícias foi o jornal que aprofundou mais a vida e obra da escritora, tendo inclusivamente publicado uma reportagem nos jardins da casa onde ela passava a infância. Do ponto de vista da opinião, género jornalístico que denota a importância da personalidade, a representatividade de Sophia nos dois jornais também é equivalente.

Gráfico 31 – Sophia de Mello Breyner: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.13.4 Efemérides

Apenas os dez anos sobre a morte de Sophia de Mello Breyner foram assinalados pelos jornais em análise. Todas as outras efemérides que fazem parte deste estudo foram deixadas em branco.

O Correio da Manhã assinala a primeira década da morte da poetisa com uma breve, que aborda a trasladação do corpo de Sophia de Mello Breyner para o Panteão Nacional, naquele mesmo dia.

A cerimónia de trasladação é também a temática que motiva a publicação de duas breves, no Diário de Notícias e no Jornal de Noticias.

O destaque é o mesmo nos três jornais e parece-nos que, não fosse o facto de esta trasladação acontecer na exata data dos dez após a morte de Sophia de Mello Breyner, os jornais poderiam não dar espaço à efeméride, uma vez que se limitaram a antecipar a cerimónia e, em nenhum momento, evocaram a carreira ou o trajeto da poetisa. Apenas o

Diário de Notícias "foge" da descrição do programa do dia, dando voz a uma das filhas de Sophia, mas nem por isso a notícia tem um caráter evocativo. A título de exemplo, no Correio da Manhã, apenas na legenda da imagem utilizada (uma fotografia de Sophia) é mencionado o facto de se tratar do 10.º aniversário da sua morte, algo que nos leva a crer que a evocação dos dez anos do seu falecimento foi motivada pelo facto de a trasladação ter lugar nesta mesma data.

4.13.5 As imagens

Ao todo, os três jornais publicaram 20 imagens, juntamente com as peças que relataram o desaparecimento de Sophia de Mello Breyner.

No Correio da Manhã foram publicadas seis imagens, juntamente com os artigos referentes à morte da poetisa. Destas, apenas duas retratam Sophia de Mello Breyner e trata-se da mesma imagem utilizada na capa e no interior do jornal no dia após a sua morte. As restantes quatro mostram a igreja onde decorre o velório, as cerimónias fúnebres e as personalidades que marcaram presença no funeral.

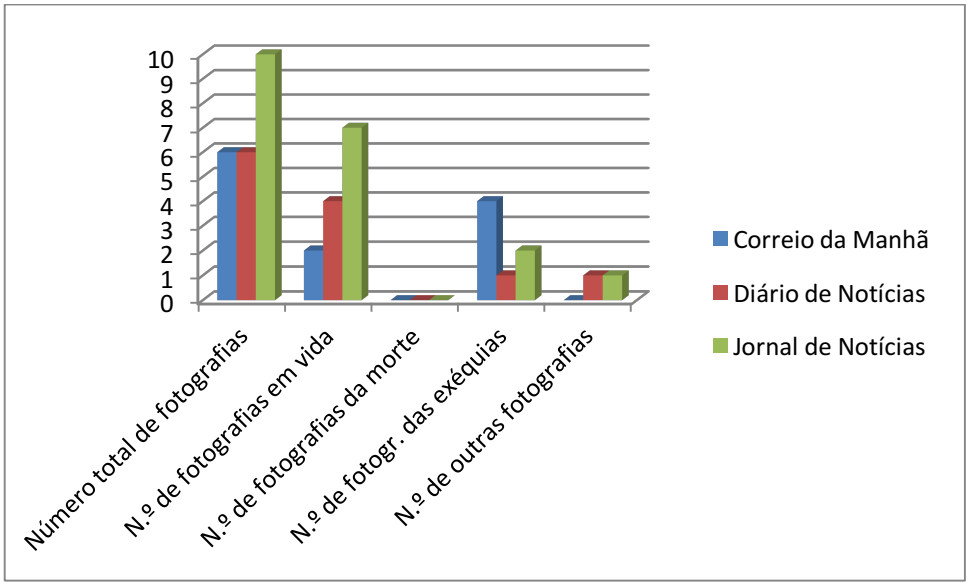
O Diário de Notícias também utilizou seis imagens para ilustrar peças publicadas. Destas, quatro são retratos de Sophia de Mello Breyner, uma fotografia da poetisa jovem e três mais recentes. Outra das imagens utilizadas mostra um quadro de Vieira da Silva, opção não justificada, porque o texto que a imagem ilustra não menciona a pintora e a legenda diz apenas "Abril". Encontramos ainda uma imagem do seu funeral, em que vemos o caixão a ser transportado.

O Jornal de Notícias publicou dez imagens, junto dos artigos sobre a morte de Sophia de Mello Breyner. Sete destas fotografias são da personalidade falecida e retratam-na em vida, na meia-idade (seis) e enquanto jovem (um desenho da poetisa). As restantes duas ilustram o funeral e mostram a igreja onde se realizou o velório. Nas edições do Jornal de Notícias foi ainda utilizado um retrato do Jardim Botânico do Porto, espaço que acolheu parte da infância da poetisa.

O Jornal de Notícias foi aquele que publicou maior número de fotografias (dez) (Gráfico 32). Apesar de não ter sido utilizada nenhuma imagem do caixão aberto, nem da personalidade morta, no caso do Diário de Notícias, o retrato do caixão a ser transportado para dentro do carro funerário, não deixa de ser uma opção editorial que visa evocar a morte. Também o Jornal de Notícias optou por uma simbologia da morte, escondendo o

corpo. Uma das fotografias utilizadas mostra o caixão dentro da igreja onde o corpo da poetisa foi velado. A imagem não deixa ver o corpo, pois foi tirada de um ângulo que apenas permite ao leitor olhar para as velas que ladeiam o caixão e ver as flores que, estrategicamente posicionadas, escondem o corpo da defunta. Trata-se, pois, de uma escolha consciente de mostrar a morte, sem mostrar o corpo, uma tendência que parece acentuar-se à medida que a nossa análise se vai aproximando aos nossos dias.

Gráfico 32 – Sophia de Mello Breyner: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.13.6 Marcas de subjetividade

O Correio da Manhã utilizou como adjetivos "um dos maiores vultos da literatura portuguesa"[188] e "grande senhora das Letras"[189], exemplos encontrados numa biografia e numa notícia, respetivamente. Nessas mesmas peças, o jornal destaca ainda a "grandeza e singularidade do percurso literário"[190] de Sophia e a sua "vida cheia de palavras com sentido"[191]. Não identificámos marcas de subjetividade expressivas, mas é de realçar o tratamento apenas pelo primeiro nome, à semelhança do que acontece com os outros jornais. A poetisa é comummente referenciada apenas como Sophia, algo que tem eco nas notícias dos jornais aqui analisados.

[188] Fidalgo, V. e Lusa (2004) "Poesia perde Sophia de Mello Breyner", *Correio da Manhã*, 3 de julho, p. 60.
[189] Ribeiro, A. M. (2004) "O adeus sentido a Sophia", *Correio da Manhã*, 5 de julho, p. 61.
[190] Fidalgo, V. e Lusa (2004) "Poesia perde Sophia de Mello Breyner", *Correio da Manhã*, 3 de julho, p. 60.
[191] Ribeiro, A. M. (2004) "O adeus sentido a Sophia", *Correio da Manhã*, 5 de julho, p. 61.

Os adjetivos utilizados nos textos do Diário de Notícias sobre a morte de Sophia de Mello Breyner podem ser encontrados nas biografias e reportagens que visam a poetisa. A autora é considerada como uma "das maiores que viveram em terras lusitanas"[192], sendo evocada a sua dimensão e "qualidade ética e estética"[193]. O jornal descreve-a ainda como "lutadora empenhada pelas causas da liberdade"[194], "um grande exemplo da dignidade e da liberdade"[195] e um "vulto da cultura portuguesa"[196]. Também no caso deste periódico identificamos o tratamento da poetisa pelo primeiro nome, como sinal de proximidade e da sua importância no mundo artístico.

O Jornal de Notícias foi o único periódico que, além dos adjetivos utilizados, apresentou marcas de subjetividade, decorrentes, como já foi mencionado, da subjetividade que se reconhece aos textos no âmbito do jornalismo cultural. Entre os exemplos de adjetivação presentes nas suas biografias, encontramos Sophia descrita como uma "voz imortal"[197] e uma "referência poética na literatura do nosso tempo"[198]. Já os sinais de subjetividade aparecem em excertos como o seguinte exemplo presente numa biografia: "se outra coisa não a pudesse libertar do purgatório, 17 livros de poesia ter-lhe-ão bastado"[199]. O mesmo género jornalístico integra expressões de subjetividade como: "era uma vez uma poetisa a quem a morte impediu de continuar a escrever"[200] e, "na poesia, Sophia é uma palavra necessária. Rima com ela"[201].

No que toca à subjetividade linguística, e à semelhança do que já referimos no caso de Amália, o facto de encontramos textos inseridos nas secções de cultura e que dizem respeito a uma figura do mundo das artes influenciam o tipo de escrita encontrada. Ainda assim, é notório que a atribuição de qualidades à personalidade é uma prerrogativa das citações das figuras públicas, a quem os jornais dão voz.

[192] "Sophia" (2004) *Diário de Notícias*, 3 de julho, p. 1.
[193] França, E. (2004) "Adeus Sophia", *Diário de Notícias*, 3 de julho, p. 48.
[194] "Cronologia" (2004) *Diário de Notícias*, 3 de julho, p. 49.
[195] Silva, M. A. (2004) "Sophia, um grande exemplo da liberdade e da dignidade", *Diário de Notícias*, 5 de julho, p. 51.
[196] *Idem*.
[197] Luís, C. (2004) "A distância humana de uma mulher que cultivava o afecto", *Jornal de Notícias*, 3 de julho, p. 3.
[198] Carneiro, I. e Simões, P. O. (2004) "Milagre da simplicidade", *Jornal de Notícias*, 3 de julho, p. 4.
[199] Silva, H. T. (2004) "Fim de um poema", *Jornal de Notícias*, 3 de julho, p.2.
[200] *Idem*.
[201] Carneiro, I. e Simões, P. O. (2004) "Milagre da simplicidade", *Jornal de Notícias*, 3 de julho, p. 4.

4.14 Álvaro Cunhal

Álvaro Barreirinhas Cunhal nasceu a 10 de novembro de 1913, na freguesia da Sé Nova em Coimbra. Em 1931, ao entrar na Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa, iniciam-se os primeiros contactos com a Liga dos Amigos da URSS, organização intimamente ligada ao PCP. Três anos mais tarde, Cunhal é recrutado para a Federação das Juventudes Comunistas Portuguesas (FJCP), assumindo posteriormente o cargo de secretário político do Comité Regional de Lisboa. É nesta altura que surge o pseudónimo de Daniel (Pereira, 1999: p.80).

Em 1936, Álvaro Cunhal viaja para Espanha, em representação do Partido Comunista Português, para dar conhecimento das mudanças no seu Comité Central e nesta mesma altura a Polícia de Vigilância e Defesa do Estado (PVDE) identifica Cunhal e começa a procurá-lo (Pereira, 1999: p.190). Regressa um ano mais tarde e, a 20 de julho, é preso pela primeira vez, numa série de detenções após o atentado falhado contra Salazar. Após onze meses de prisão, Álvaro Cunhal regressa à Faculdade de Direito e mais tarde ascende ao Secretariado do PCP.

A 30 de maio de 1940, Álvaro Cunhal é novamente detido pela PVDE, acusado de ser publicista, propagandista e organizador ao serviço do PCP. Três meses mais tarde, ainda preso, presta as provas finais para o curso de Direito, tendo terminado com 16 valores (Pereira, 1999: p.445). A 16 de novembro desse mesmo ano, é julgado e libertado, após ter sido condenado a três meses de prisão correcional e à perda dos direitos políticos durante cinco anos.

Saído da prisão, durante o primeiro ano, Álvaro Cunhal leva uma vida normal e vai trabalhar para o Colégio Moderno, em Lisboa, como regente de estudos, a convite de João Soares (Pereira, 1999: p.456), pai de Mário Soares. Regressa à clandestinidade em 1941, quando participa na reorganização do PCP, a partir do Norte do país. No Outono de 1942, Cunhal foi chamado para o Secretariado do PCP e assume o pseudónimo de Duarte (Pereira, 2001: p.213).

Viveu clandestino até 1949, ano em que foi preso, tendo permanecido em Portugal grande parte deste período. Álvaro Cunhal tinha 35 anos quando foi preso, tendo ficado detido durante 11 anos, muito para além da pena a que foi condenado (quatro anos e seis meses)

(Pereira, 2005: p.41). É durante este tempo de cárcere que se desenvolvem algumas das suas obras literárias e artísticas.

A 27 de julho de 1956, é transferido para a cadeia do Forte de Peniche, onde se mantém até à sua fuga, a 3 janeiro de 1960, tendo partido novamente para a clandestinidade. Um ano mais tarde Álvaro Cunhal assume o cargo de secretário-geral do PCP. Após o 25 de Abril, assume funções governativas como ministro sem pasta, do primeiro Governo Provisório, liderado por Palma Carlos, cargo que mantém durante mais três governos provisórios[202].

Em 1975, nas primeiras eleições pós-25 de Abril, Álvaro Cunhal é eleito deputado à Assembleia Constituinte e à Assembleia da República, tendo sido eleito como cabeça de lista do PCP por Lisboa, nas eleições de 1976, 1979, 1980, 1983, 1985 e 1989[203].

Álvaro Cunhal morreu aos 92 anos, no dia 13 de junho de 2005, vítima de doença prolongada. O seu funeral reuniu 250 mil pessoas[204].

Considerámos para esta análise 45 edições, 15 de cada um dos jornais aqui analisados. Incluem-se no *corpus* os onze dias após a morte de Álvaro Cunhal – 14 de junho a 24 de junho de 2005 – bem como as efemérides de um mês (13 de julho de 2005), seis meses (13 de dezembro de 2005), um ano (13 de junho de 2006) e dez anos (13 de junho de 2015).

4.14.1 As primeiras páginas

No dia seguinte à morte de Álvaro Cunhal, 14 de junho de 2005, todos os jornais destacaram o acontecimento.

A primeira página do Correio da Manhã (Ilustração 14) dá conta da morte de Álvaro Cunhal com uma pequena chamada junto ao cabeçalho, a negro, com uma fotografia do político e o título "Álvaro Cunhal 1913-2005". A chamada inclui ainda um antetítulo e um pós título. De realçar que em nenhum momento se diz que morreu Álvaro Cunhal. Essa referência está implícita na data (1913-2005), enquanto, pelo contrário, na chamada dedicada a Eugénio de Andrade, cuja morte foi noticiada nesse mesmo dia, o título diz "Eugénio de Andrade morre aos 82 anos".

[202] Correia, P. e Dores, R. (2005) "Conhecer-te mudou a minha vida, camarada", *Diário de Notícias*, 14 de junho, pp. 4-5.
[203] *Idem*.
[204] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.14.1.

O Diário de Notícias (Ilustração 14) dedica toda a sua capa ao desaparecimento de Cunhal, fazendo o mesmo, na contracapa, com Eugénio de Andrade. Além do cabeçalho e de uma publicidade em rodapé, a primeira página do periódico é preenchida com a imagem de Álvaro Cunhal, sem qualquer título. Por baixo da fotografia podemos ler apenas "Reedição actualizada do especial DNa[205] dedicado a Álvaro Cunhal"[206].

Também o Jornal de Notícias (Ilustração 14) ocupa toda a sua capa com uma imagem de Álvaro Cunhal. No entanto, o periódico coloca um título, "tudo o que faz o verão subir a prumo chegou ao fim", citação de Eugénio de Andrade, numa alusão à morte de ambos. No espaço dedicado à fotografia do político encontramos uma pequena caixa com a imagem sobreposta do poeta e os nomes das duas personalidades, juntamente com as respetivas datas de nascimento e de morte.

Ilustração 14 – Primeiras páginas: Álvaro Cunhal



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 14 de junho de 2005.

No dia após o velório, o Correio da Manhã faz uma chamada com o acontecimento e no dia seguinte faz nova menção na primeira página, desta vez com uma foto de capa.

O Diário de Notícias faz foto de capa com o velório de Álvaro Cunhal e com o seu funeral.

No Jornal de Notícias o velório dá origem a uma chamada a uma coluna e, no dia seguinte, o tema é manchete.

[205] O DNa foi um suplemento do Diário de Notícias criado em 1996, que se dedicava à vertente cultural e que terminou em janeiro de 2006.
[206] "Diário de Notícias" (2005) *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 1.

No dia após o falecimento de Cunhal, a discrepância entre o Correio da Manhã, por um lado, e o Diário de Notícias e Jornal de Notícias, por outro, é enorme. A morte de um líder político com o peso histórico de Álvaro Cunhal assume, para os dois jornais da Controlinveste, um destaque tal que todos os restantes assuntos do dia deixam de ter espaço na primeira página. Apenas a morte de Eugénio de Andrade, no mesmo dia, partilha algum espaço com Álvaro Cunhal na capa do Jornal de Notícias. Já o Correio da Manhã, fez manchete com o aumento das receitas do Santuário de Fátima e dedicou a sua foto de capa ao facto de 70% do orçamento do Jardim Botânico ser para pagar a água. Entre as chamadas existentes na sua primeira página, as da morte de Álvaro Cunhal e de Eugénio de Andrade são as que têm mais destaque, mas não passam de uma fotografia recortada de cada uma das personalidades, acompanhadas do título.

Já no que toca às restantes capas, o número de vezes que estas dedicam um espaço a Álvaro Cunhal é o mesmo nos três jornais. O ex-líder comunista merece destaque nas primeiras páginas no dia após o velório e no dia após o funeral. No entanto, o Correio da Manhã continua a ser o jornal em que esse destaque é menor. A sua foto de capa, no dia após o funeral, centra-se na presença da viúva, da filha e da irmã de Cunhal nas exéquias. Os outros dois periódicos destacam a massa humana de milhares de pessoas que ladearam o caixão no cortejo fúnebre. Ainda de destacar que o Jornal de Notícias sentiu a necessidade de incluir duas menções à ideologia política de Cunhal nos seus títulos de primeira página: no dia do funeral destaca o facto de os militantes comunistas terem sido mobilizados para as cerimónias e, no dia seguinte, destaca no título a "maré vermelha" que marcou o cortejo fúnebre, numa alusão à cor do partido e das bandeiras empunhadas pelo público.

4.14.2 O dia seguinte

O dia que se seguiu à morte de Álvaro Cunhal foi preenchido, nos três periódicos analisados, por referências ao político num total de 101 páginas. Ao todo foram escritas 96 notícias e publicadas 156 fotografias.

O Correio da Manhã dedicou seis das suas páginas ao desaparecimento do líder comunista (11,5% do total da edição) e publicou 15 notícias e 24 imagens sobre o acontecimento. Foram identificadas quatro biografias, três vozes, dois artigos de opinião, uma notícia, um editorial, uma entrevista, um inquérito, uma breve e uma cronologia.

O Correio da Manhã publica uma entrevista de três perguntas ao historiador António Costa Pinto, cujo título, "Vão ligá-lo ao comunismo e aos seus malefícios", nos faz acreditar que há uma opinião latente por parte do jornal em relação a Cunhal. A inserção daquela pequena entrevista parece estar um pouco deslocada do cômputo geral da abordagem jornalística mas, quando colocada lado a lado com o editorial do dia, pode fazer algum sentido. Na sua coluna de opinião, o diretor do jornal, João Marcelino, fala também da morte de Vasco Gonçalves, falecido dois dias antes, e considera que tanto Gonçalves como Cunhal, no rescaldo do 25 de Abril de 1974, "estiveram prestes a lançar Portugal numa guerra civil", apresentando o PS e o PSD como verdadeiros partidos democratas. A dada altura o diretor do jornal pergunta: "Álvaro Cunhal morreu sem desfazer o mistério: percebeu, ou não, que devotou a sua vida a uma causa perdida e sem sentido, que se sacrificou por um sistema condenado pela própria natureza humana?". Analisar esta citação no contexto das três perguntas da entrevista pode fazer algum sentido, uma vez que, na entrevista, o historiador é questionado sobre motivo de a sociedade portuguesa não dar maior expressão política ao PCP. António Costa Pinto responde que, após o 25 de Abril, "os partidos comunistas estavam em queda em termos de estratégia de tomada do poder" e o jornalista questiona se Cunhal teria consciência dessa realidade. O âmbito desta pequena entrevista é, pois, similar ao posicionamento do dirigente do jornal. João Marcelino, no mesmo editorial, refere ainda ser excessiva a atribuição pelo Estado de um dia de luto nacional e acrescenta, em nota de rodapé, que "no campo da cultura, aí sim. Portugal está de luto. Por Manuel Tiago, pseudónimo de Cunhal, é claro que também, mas sobretudo por Eugénio de Andrade, um grande poeta da literatura portuguesa".

Das 132 páginas da edição do Diário de Notícias, 66 foram preenchidas com a morte de Álvaro Cunhal, o que significa que metade do jornal foi dedicada a este tema. Este espaço traduz-se em 37 peças e 84 imagens. O periódico reedita, neste dia, um suplemente especial dedicado a Álvaro Cunhal com 48 páginas, que havia sido publicado no suplemento DNA e assinada por João Céu e Silva. As restantes 18 páginas estão no interior da edição do dia. Quanto ao suplemento, identificámos um artigo de opinião e onze entrevistas. Na edição do dia, são publicados 25 artigos, na sua grande maioria biografias (15), mas também artigos de opinião (três), vozes (duas), cronologias (duas), um editorial, uma notícia e uma reportagem.

O Jornal de Notícias referenciou a morte de Álvaro Cunhal em 29 das suas 88 páginas, ou seja, quase 33% da totalidade do jornal, sendo que neste dia o periódico publicou um especial de 20 páginas sobre o político denominado "A Morte de um Resistente". No total, registámos a existência de 40 artigos e 48 fotografias. Os géneros predominantes são as biografias (14), breves (sete), notícias (seis), vozes (quatro), artigos de opinião (quatro), cronologia (três), crónica (uma) e editorial (um).

Apesar de ser o jornal que dedica menos espaço a Álvaro Cunhal no dia após a sua morte, o Correio da Manhã dá-lhe alguma expressão, patente no facto de o editorial ser sobre o falecimento do ex-líder comunista e ainda na existência de um artigo de opinião assinado pelo diretor do jornal. No entanto, o conteúdo do editorial denota a posição do diretor do periódico: o papel histórico de Cunhal foi o de um opositor à democracia, que lutou por um sistema que nunca poderia vingar e que não justifica a declaração de um dia de luto nacional. O editorial espelha a posição do órgão de comunicação social, e parece-nos consonante com a menor cobertura mediática que a morte de Álvaro Cunhal mereceu no Correio da Manhã, à luz do tratamento jornalístico que encontramos nos congéneres Diário de Notícias e Jornal de Notícias. Aliás, o tom dos editoriais destes dois jornais contrasta com o Correio da Manhã. O editorial do Jornal de Notícias, que não está assinado, descreve Cunhal como corajoso, resistente e magnético, uma personalidade que "suscitou ódios e paixões, como só raros carismáticos conseguem", lê-se naquele texto, que remata dizendo que "o mito de Álvaro Cunhal perdurará"[207]. O editorial do Diário de Notícias, por sua vez, fica a meio caminho entre os seus concorrentes. Miguel Coutinho, diretor do jornal, fala em "cegueira ideológica" e falta de distanciamento face à realidade histórica que se seguiu ao 25 de Abril de 1974. Apesar de considerar que Cunhal via o mundo a preto e branco e tinha a sua doutrina como um dogma, "insusceptível de ser contrariada", o responsável da publicação diz ser inegável a sua referência política e histórica e, como tal, o respeito que merece de toda a população[208].

Ainda que em editorial questione o caminho e a visão política de Cunhal, o Diário de Notícias foi o jornal que fez a abordagem mais extensa dos três jornais em análise, sinal claro da relevância política e histórica que atribui à personalidade. De notar que, assim como o Jornal de Notícias, também o Diário de Notícias se centra muito na biografia de

[207] "Na Morte de um resistente" (2005) *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. 16.
[208] Coutinho, M. (2005). "O mundo de Cunhal", *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 3.

Álvaro Cunhal, pois além do suplemento de 48 páginas que ajuda a contar a sua história, integra ainda 25 páginas na edição normal do jornal, 23 das quais são preenchidas com as notícias biográficas.

Outra das conclusões que podemos tirar da análise do dia seguinte à morte de Álvaro Cunhal prende-se com a ideia de que os jornais não foram surpreendidos pelo acontecimento. Cunhal morreu aos 91 anos de vida e o seu debilitado e progressivo agravamento do estado de saúde fizeram do seu falecimento algo que já era esperado. Parece-nos, pois, que os dois especiais publicados no dia após a sua morte, no Diário de Notícias e no Jornal de Notícias, já poderiam estar previamente preparados. Confirmamos isto mesmo na coluna do Provedor do Leitor do Jornal de Notícias, Manuel Pinto, do dia 19 de junho de 2005. O provedor explica: "Como foi possível ter tanto trabalho para apresentar, apenas umas horas depois de se saber da morte do ex-secretário-geral do PCP, tanto mais que nesta altura já há jornalistas de férias? Porque o caderno sobre Cunhal já estava em grande parte preparado. Isso é uma prática habitual nos *media*, relativamente a figuras de grande projecção política, social ou cultural"[209].

4.14.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguem à notícia da morte de Álvaro Cunhal, de 15 a 26 de junho de 2005, foi feita referência ao seu falecimento em 64 páginas dos três jornais analisados. Estes publicaram um total de 93 artigos e 103 fotografias.

O Correio da Manhã mencionou Álvaro Cunhal em sete das suas páginas nos dez dias que se seguiram à notícia da morte do líder comunista, o que representa 1,28% do total de páginas. Os dois primeiros dias, que correspondem ao velório e ao funeral, foram os que concentraram a grande maioria do conteúdo e, ao todo, o Correio da Manhã escreveu 11 artigos durante estes dias e publicou 31 fotografias, dando uma clara predominância à ilustração. Em relação aos géneros jornalísticos, encontramos quatro breves, dois artigos de opinião, duas foto-legendas, uma entrevista, uma notícia e uma reportagem.

O Diário de Notícias, enquanto jornal que fez uma cobertura mais ampla da morte de Cunhal, fez referência ao líder político em 30 páginas, nos dez dias que se seguiram à notícia da sua morte, o que representa 6,4% do total de páginas daquelas edições. De realçar que entre estas 30 páginas encontramos duas primeiras páginas, cada uma com uma

[209] Pinto, M. (2005) "Quando a morte desafia o jornalismo", *Jornal de Notícias*, 19 de junho, p. 22.

foto de capa, correspondentes ao velório e ao funeral. O periódico redigiu 39 artigos e publicou 28 fotografias. A opinião é o género em destaque, pois congrega 25 do total de artigos publicados. Encontramos ainda quatro breves, três notícias, três foto-legendas, duas reportagens, um editorial e uma cronologia.

O Jornal de Notícias faz referência a Álvaro Cunhal em 27 páginas, durante o período em análise, que representam 4,24% do seu espaço. Também neste caso, a maioria das peças está concentrada nos dois dias após ter sido noticiada a morte do líder comunista e também as suas capas destacam o velório e o funeral da personalidade, com uma chamada e uma manchete, respetivamente. Ao todo foram publicadas 43 notícias e 44 fotografias. O género predominante são as breves (17), os artigos de opinião (dez), as notícias (cinco), biografias (quatro), reportagens (três), vozes (três) e entrevista (uma).

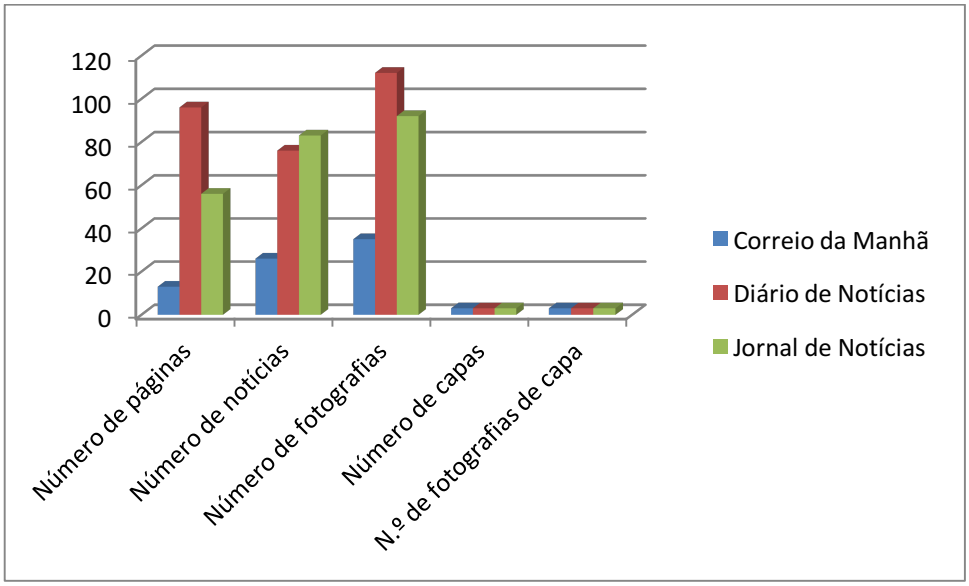
O tratamento noticioso do Correio da Manhã, em dimensão, fica aquém da atenção dada ao acontecimento por parte do Diário de Noticias e do Jornal de Notícias e considerando os onze dias que se seguiram à morte de Álvaro Cunhal (Gráfico 33), não restam dúvidas sobre o facto de o Diário de Notícias ter destinado o espaço mais amplo ao acontecimento. 16,1% das páginas das suas edições foram preenchidas com referências ao ex-secretário geral do Partido Comunista Português. Do lado oposto encontramos o Correio da Manhã, com menções ao líder histórico comunista em 2,18% das suas edições. Por sua vez, o Jornal de Notícias dedicou 7,7% do total das suas páginas ao tema.

Conclui-se ainda que a opinião foi um dos géneros jornalísticos mais importantes, sobretudo no caso do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias. À semelhança do que já referimos antes, a presença de artigos de opinião, quer assinados por cronistas e jornalistas, quer da autoria dos leitores do jornal, diz muito da relevância da figura em causa. No caso de Álvaro Cunhal, os três jornais publicaram 185 peças ao longo de onze dias, 48 das quais são artigos de opinião.

Ainda de realçar a importância da biografia, género utilizado 35 vezes ao longo destes onze dias. A importância que os jornais dão ao relato da vida da personalidade é tanto maior quanto o número de biografias presentes. Neste caso, o percurso rico de Álvaro Cunhal e a sua importância do ponto de vista histórico, justificou um recurso amplo a este género jornalístico.

Do ponto de vista editorial, nas notícias que versaram sobre as exéquias, o Diário de Notícias mencionou vários aspetos paralelos, como a presença massiva de alentejanos ou uma cronologia com horas e uma descrição sucinta de cada momento do funeral.

Gráfico 33 – Álvaro Cunhal: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.14.4 As efemérides

Todos os jornais assinalaram pelo menos uma efeméride da morte de Álvaro Cunhal.

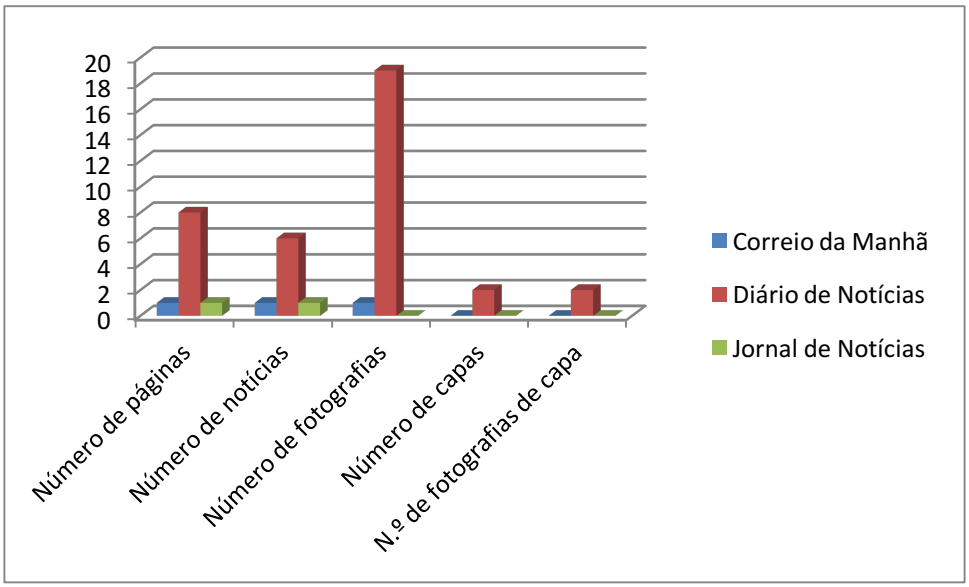
Passados dez anos da morte de Álvaro Cunhal, o Correio da Manhã coloca uma pequena nota na coluna denominada "Curiosidades do dia", onde refere que o antigo dirigente comunista faleceu há uma década.

Volvido um ano do seu falecimento, o Diário de Notícias faz chamada na primeira página com o facto de o PCP se recusar a assinalar a data. No interior da edição contabilizámos quatro peças – duas breves e duas notícias – acompanhadas por 13 fotografias e ocupando duas páginas inteiras. Ao assinalar a primeira década da morte de Cunhal, o Diário de Notícias dedica uma foto de capa ao assunto. Os dez anos da morte da personalidade motivaram uma entrevista de quatro páginas a Pacheco Pereira, enquanto biógrafo oficial de Álvaro Cunhal.

O Jornal de Notícias relembrou o primeiro ano após a morte de Álvaro Cunhal com uma notícia.

O Diário de Notícias é o jornal onde as efemérides têm mais destaque, o que se coaduna com o também extenso tratamento que foi dado pelo periódico à morte de Álvaro Cunhal (Gráfico 34). Já o Correio da Manhã não deixa de assinalar uma das efemérides, a primeira década, mas fá-lo com uma pequena nota, inserida numa coluna onde constam os nomes de todas as outras pessoas que faleceram naquele dia. Na evocação da memória de Álvaro Cunhal, o Jornal de Notícias está a meio caminho entre os outros dois jornais que fazem parte da nossa análise: o periódico ignora os dez anos após a morte de Cunhal e apenas recorda o ex-dirigente comunista no dia em que passa um ano do seu falecimento graças a uma polémica em torno da sua condecoração. De facto, no primeiro ano da morte de Cunhal, o Jornal de Notícias abordou o facto de o Partido Comunista Português não assinalar a efeméride. Por não haver lugar a qualquer evocação da personalidade, fica a dúvida sobre se o primeiro ano da morte do político teria espaço no Jornal de Notícias se não fosse esta recusa do partido em celebrar a data. A nossa dúvida ganha sustentação quando percebemos que o periódico não assinalou nenhuma das outras efemérides.

Gráfico 34 – Álvaro Cunhal: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.14.5 As imagens

O Correio da Manhã, Diário de Noticias e Jornal de Notícias são responsáveis pela publicação de 273 imagens no âmbito da cobertura da morte de Álvaro Cunhal (Gráfico 35).

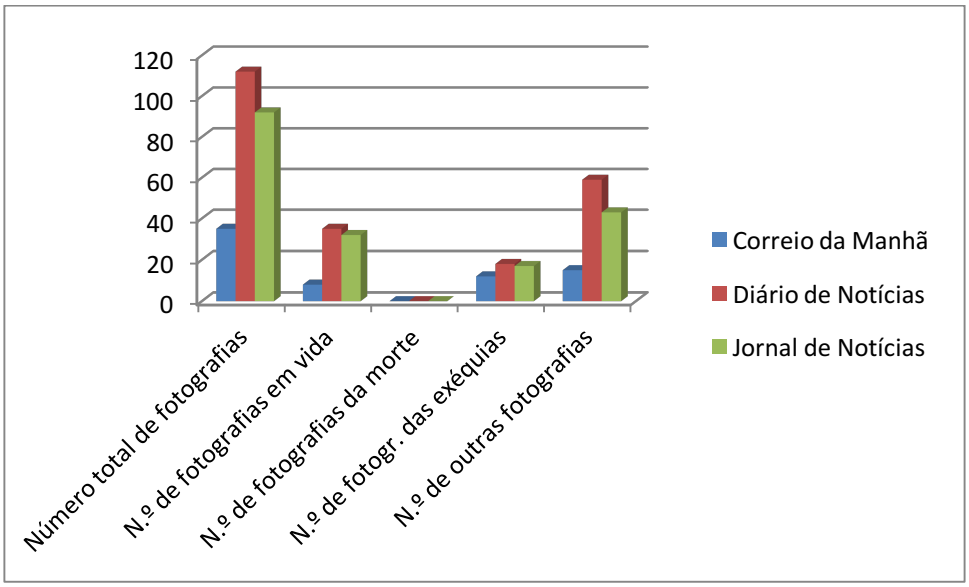
Ao todo o Correio da Manhã publicou 35 fotografias nos 11 dias após Álvaro Cunhal ter falecido. Destas, apenas oito são retratos da personalidade. Foram utilizadas 12 imagens do ambiente vivido no velório e no funeral, bem como a massa humana que marcou presença e as personalidades que por lá passaram. As restantes fotografias ilustram a sede do partido, militantes e simpatizantes, bem como as suas obras literárias e artísticas.

O Diário de Notícias publicou 112 fotografias, mas apenas 35 retratam Álvaro Cunhal. As cerimónias fúnebres (velório e funeral) foram ilustradas com 18 fotografias e as restantes imagens mostram circunstâncias do seu trajeto político e das obras da sua vida pessoal e artística, como os livros publicados e as pinturas criadas. Há ainda 16 fotografias, publicadas no suplemento especial, referentes às personalidades entrevistadas e a algumas particularidades referidas nessas entrevistas.

No Jornal de Notícias foram publicadas 92 imagens nas onze edições após a morte de Álvaro Cunhal, 32 das quais são retratos da personalidade em vida. Também nas edições deste periódico se verificou uma cobertura fotográfica massiva das cerimónias fúnebres. De facto, no âmbito do velório e do funeral do político foram publicadas 17 imagens, que mostram a massa humana que acompanhou o evento, as personalidades presentes e as manifestações de pesar por parte de quem passou por lá. O periódico selecionou ainda várias imagens de locais e pessoas que contextualizam e completam a informação sobre a vida e obra de Cunhal.

A discrepância entre o número de imagens publicadas confirma o tratamento editorial. O Diário de Notícias destaca-se por publicar o maior número de imagens e, em sentido contrário, encontramos o Correio da Manhã. De realçar que não há imagens do corpo.

Gráfico 35 – Álvaro Cunhal: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.14.6 Marcas de subjetividade

Quanto à adjetivação, é notória a contenção no que toca a palavras elogiosas sem estarem devidamente contextualizadas ou sem serem atribuídas a alguém. Assim, no Correio da Manhã, não encontrámos qualquer adjetivo para descrever Álvaro Cunhal, bem como não existe também, naquele jornal, qualquer marca de subjetividade.

O Diário de Notícias procura o distanciamento e a objetividade, mas é notório no discurso e nas 96 páginas dedicadas a Cunhal, o sentimento de perda e admiração. Entre os exemplos encontrados no que toca à adjetivação, destacamos excertos que o definem como "grande reorganizador do partido", "figura de referência", "uma das personalidades dominantes no Portugal democrático"[210] ou "personagem ímpar"[211]. Além disso, Cunhal é caracterizado como tendo uma "vontade férrea"[212] e um "discurso brilhante e fluido, mas rígido e imperturbável"[213]. Ao assinalar um ano passado sobre a morte do político, o Diário

[210] Correia, P. e Dores, R. (2005) "Conhecer-te mudou a minha vida, camarada", *Diário de Notícias*, 14 de junho, pp. 4-5.
[211] Simas, N. (2005) "A ascensão do filho adoptivo do proletariado a líder do PCP", *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 8.
[212] Correia, P. e Dores, R. (2005) "Conhecer-te mudou a minha vida, camarada", *Diário de Notícias*, 14 de junho, pp. 4-5.
[213] Silva, M. (2005) "Da difícil arte de penetrar no muro", *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 19.

de Notícias utiliza a expressão "herói do movimento comunista"[214] para se referir a Álvaro Cunhal. Falamos de três biografias e uma notícia.

No Jornal de Notícias também há a destacar alguns exemplos de adjetivação, presentes em duas biografias e uma notícia. O periódico refere-se a Álvaro Cunhal como um "mito que nasceu na clandestinidade"[215], uma "personalidade demasiado complexa para poder reduzir-se a fórmulas simplistas", uma "figura ímpar", um "escritor de razoável qualidade" ou um "desenhador de traço característico"[216]. Destaque ainda para as marcas de subjetividade, patentes em excertos dos mesmos géneros, como por exemplo aquele em que se descreve Cunhal como tendo "uma certa aura de mistério", situação que "ajuda a consolidar o «mito»"[217] em torno da sua pessoa. Outro exemplo é a frase: "agora que o homem morreu, o mito perdura"[218]. A utilização do termo mito denota alguma subjetividade na atribuição, à personalidade, de uma certa aura sobrenatural, assente na relevância histórica que o jornalista lhe atribui. Ainda assim, não podemos deixar de notar que a expressão mito, apesar de nestes casos não aparecer entre aspas, ter sido utilizada nestes e em outros textos do Jornal de Notícias, sempre atribuída a personalidades que falaram sobre Cunhal.

4.15 José Megre

José Megre nasceu a 26 de março de 1942, na cidade de Lisboa, e com 13 anos começou a viajar de automóvel para o estrangeiro, na altura, com os pais.

Em 1961, venceu o primeiro Rali de Iniciados que se disputou em Portugal, e no qual participou juntamente com José Manuel Teixeira Dinis, ao volante de um MG Midget. Em 1963, ingressou no Curso de Engenharia Mecânica com especialização em Automóveis, em Londres, Inglaterra, que viria a terminar em 1966. Durante este período, fez um curso de pilotagem na Motor Racing Stables. Realizou a sua primeira expedição ao deserto, em Angola, no ano de 1969 (Megre, 1999: p.18).

Em meados de 1970, José Megre regressou a Portugal e ingressou no Entreposto Comercial – Distribuidor Nissan-Datsun, onde teve como responsabilidade a preparação e

[214] "Contra o culto da personalidade e o endeusamento dos mortos" (2006) *Diário de Notícias*, 13 de junho, p. 3.
[215] Inácio, A. e Correia, A. P. (2005) "Mito mantém rumo do partido", *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. 2.
[216] Martins, P. (2005) "Morreu um pedaço de história, *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. II.
[217] *Idem*.
[218] Mesquita, J. (2005) "uma vida que se confunde com a história do PCP", *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. IV.

assistência dos carros de competição Datsun, que participavam nos campeonatos de ralis. Em 1975, decide fazer o Rali de Portugal, que terminou em 10.º lugar. O seu primeiro rali-aventura acontece em maio de 1976, em Marrocos, e no ano seguinte fez o Rali da Acrópole, na Grécia, mas não terminou nenhum dos dois (Megre, 1999: pp.18-20). Entre os anos de 1976 e 1978, José Megre foi autor e apresentador do programa semanal de televisão sobre automóveis "Ida e Volta", na RTP.

Em1982, José Megre começa a dedicar-se ao todo-o-terreno, como piloto de fábrica da UMM. Nesse ano participou no Rali Paris-Dakar pela primeira vez, prova que viria a repetir nos dois anos seguintes, e fundou o Clube Todo-o-Terreno (Megre, 1999: p.21).

Entusiasta dos automóveis, José Megre foi o grande responsável por fomentar o todo-o-terreno em Portugal. O técnico criou e organizou as maiores provas desportivas internacionais de todo-o-terreno, que ainda hoje se realizam em Portugal. Em 1986 lançou a 1.ª Transportugal, e, no ano seguinte, em junho, José Megre levou a cabo o rali maratona de Portalegre, a primeira competição todo-o-terreno do tipo Baja realizada em Portugal e que hoje é conhecida como Baja Portalegre 500. Em 1988, e também com a chancela do Clube Aventura, o piloto foi o responsável pelo lançamento da Sagres 500-Guadiana, uma prova que em 1993 viria a ser incluída na Taça do Mundo FIA de Ralis Todo-o-Terreno e que mudou de nome, primeiro para Telecel 1000, depois para Baja de Portugal Vodafone 1000 e depois para Rally Transibérico. São ainda de sua iniciativa as 24 Horas de TT de Fronteira, cuja primeira edição aconteceu em 1998 e se chamou "24 Horas TT Telecel" (Megre, 1999: p.5).

Ao longo dos anos José Megre participou em várias provas como piloto e, além das provas de competição, organizou várias expedições e grandes viagens pelos cinco continentes, algumas das quais sob a dinâmica do Clube Aventura e outras no âmbito do seu trabalho no Entreposto Comercial.

José Megre morreu a 21 de fevereiro de 2009, vítima de cancro do pulmão, com 66 anos. A missa de corpo presente realizou-se na Basílica da Estrela e o funeral seguiu em direção a Águas, Penamacor[219].

[219] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.15.1.

Sobre as notícias acerca da sua morte, foram analisadas 42 edições, 14 de cada um dos jornais. Assim, incluímos os onze dias após a morte do ex-piloto, de 22 de fevereiro a 4 de março de 2009, bem como as efemérides: um mês (21 de março de 2009), seis meses (21 de agosto de 2009) e um ano (21 de fevereiro de 2010).

4.15.1 As primeiras páginas

No dia que se seguiu à morte de José Megre, 22 de fevereiro de 2009, nenhum dos jornais aqui analisados mencionou o acontecimento nas suas primeiras páginas. A ausência das capas dos jornais não foi novidade, uma vez que apesar de o desporto ter uma presença relevante nas primeiras páginas dos jornais generalistas, essa presença verifica-se nos casos em que a modalidade é o futebol. Neste caso, apesar de José Megre ser uma referência no automobilismo, a escassa cobertura mediática de que esta modalidade beneficia não nos deixa estranhar o facto de a sua morte não figurar na capa de nenhum dos jornais.

4.15.2 O dia seguinte

A morte de José Megre foi relatada pelos três jornais analisados.

O Correio da Manhã publica duas biografias, acompanhadas por uma fotografia, no dia seguinte à morte de José Megre.

O Diário de Notícias dedica uma biografia e uma fotografia a José Megre no dia após a sua morte.

O Jornal de Notícias ocupa apenas uma pequena coluna com a notícia da morte de José Megre. A peça enquadra-se no género biografia e estende-se por quatro parágrafos.

A morte de José Megre foi notícia nos três periódicos, mas o Jornal de Notícias foi quem deu menos importância ao acontecimento, enquanto o tratamento dado pelo Correio da Manhã e Diário de Notícias é similar. No caso do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias a opção foi inserir a informação na secção de desporto. Já o Diário de Notícias incluiu a peça na sua secção de efemérides, onde quase diariamente insere um obituário. Apesar de os três jornais optarem por biografias, os textos do Correio da Manhã e do Diário de Notícias são mais extensos. Além disso, saliente-se o traço distintivo de o Diário de Notícias ter ainda a preocupação de ouvir o presidente do Automóvel Club de Portugal, Carlos Barbosa.

4.15.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dias que se seguiram à notícia da morte de José Megre, de 23 de fevereiro a 4 de março, apenas o Diário de Notícias e o Correio da Manhã voltaram a mencionar o ex-piloto. O Jornal de Notícias não fez mais nenhuma referência à sua morte.

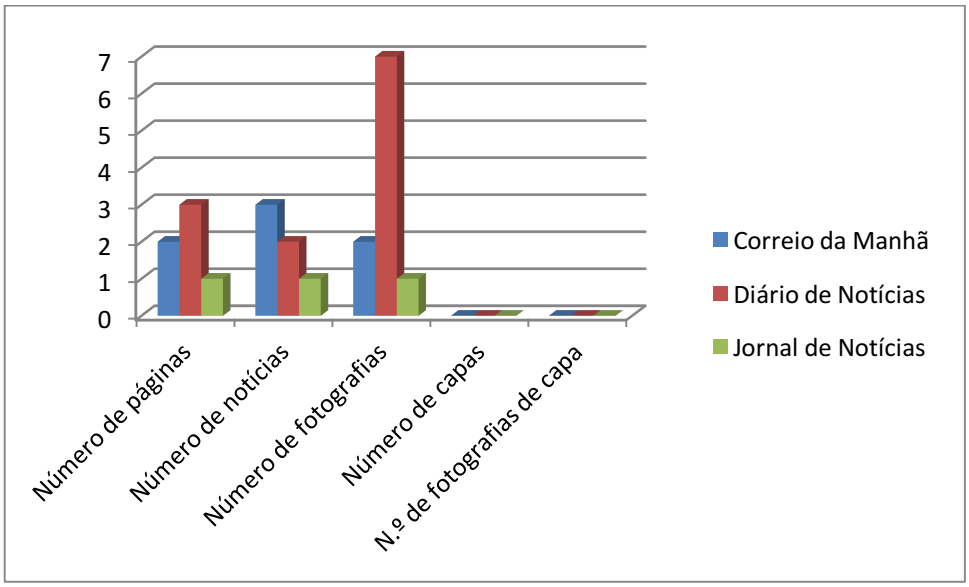
O Correio da Manhã publicou uma foto-legenda do funeral de José Megre na edição que se seguiu à notícia da sua morte. Trata-se de uma imagem do caixão a ser carregado à saída da Basílica da Estrela, onde decorreu a missa de corpo presente.

Por sua vez, o Diário de Notícias voltou a mencionar José Megre seis dias depois, dedicando-lhe quase duas páginas da secção "Pessoas". O jornal escreve uma longa biografia sobre o preparador de automóveis, onde dá voz a alguns dos seus amigos e colegas. As seis fotografias publicadas contextualizam a biografia.

A morte de José Megre teve muito pouco impacto nos três jornais analisados (Gráfico 36). Basta, aliás, olhar para as percentagens de espaço ocupado nos 11 dias após o seu falecimento: 0,36% no Correio da Manhã, 0,48% no Diário de Notícias e 0,16% no Jornal de Notícias. A inclusão de José Megre na lista das personalidades cuja morte nos propusemos a analisar prendeu-se com a tentativa de diversificação de modalidades. Assim, o preparador de automóveis e ex-piloto seria uma tentativa de aferir sobre a importância da morte de figuras públicas, mesmo quando elas não estão ligadas ao futebol. Tal tentativa revelou-se frutífera no caso de Joaquim Agostinho, até porque nos anos 80 o ciclismo era uma modalidade com bastantes seguidores. Já no caso de José Megre, o automobilismo não é uma das modalidades de destaque na imprensa generalista, apesar do número de adeptos, pelo que a morte do "pai do todo-o-terreno" também não teve uma cobertura significativa.

Ainda assim, destaca-se a maior atenção dada pelo Diário de Notícias ao acontecimento, dedicando, seis dias depois da morte de José Megre, duas páginas. O conteúdo, provavelmente, foi recuperado de um artigo anteriormente feito com o engenheiro mecânico. Ainda de realçar o facto de o Correio da Manhã ter enviado um repórter fotográfico ao funeral de José Megre. Apesar de no dia seguinte apenas ter publicado uma foto-legenda, a cobertura fotográfica do momento denota algum interesse do jornal.

Gráfico 36 – José Megre: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.15.4 As efemérides

Nenhum dos jornais analisados assinalou qualquer efeméride da morte de José Megre.

4.15.5 As imagens

Ao todo foram utilizadas dez imagens junto das notícias que deram conta da morte de José Megre.

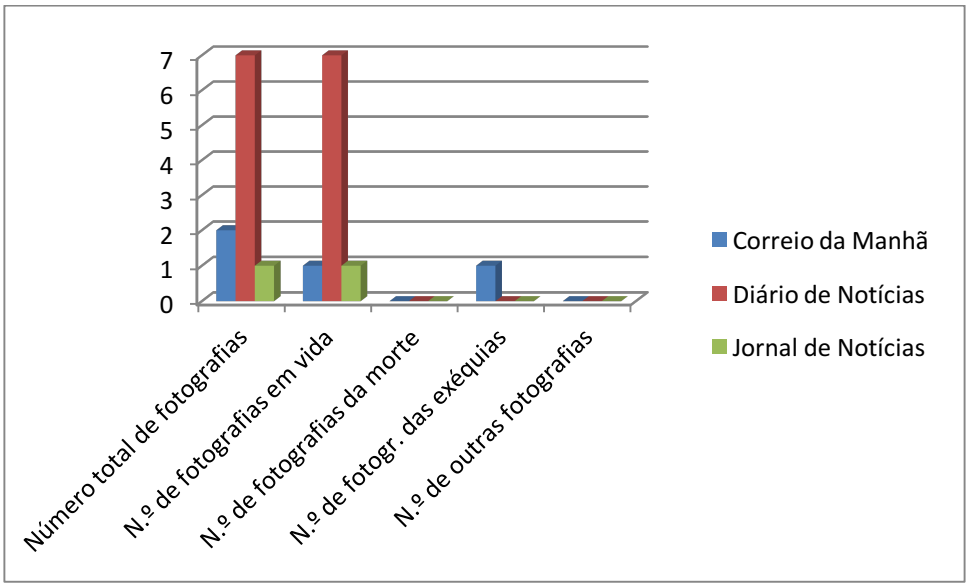
O Correio da Manhã escolheu uma imagem de José Megre em vida para juntar à notícia sobre a sua morte e, no dia seguinte, retrata o funeral do engenheiro mecânico.

O Diário de Notícias publica uma fotografia do preparador de automóveis juntamente com a notícia da sua morte e, seis dias depois, utiliza mais seis imagens a acompanhar a biografia de José Megre. Todas as imagens retratam a personalidade.

O Jornal de Notícias utilizou apenas uma fotografia, de José Megre em vida.

O parco número de imagens publicadas coaduna-se com o tratamento editorial (Gráfico 37). De realçar que o Correio da Manhã foi o único a publicar uma fotografia das exéquias, optando por mostrar o caixão de José Megre.

Gráfico 37 – José Megre: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.15.6 Marcas de subjetividade

Quanto às marcas de subjetividade, o Diário de Notícias é o único título onde se destacam alguns adjetivos utilizados para descrever José Megre. No Jornal de Notícias não encontrámos qualquer marca de subjetividade e o Correio da Manhã refere-se apenas uma vez ao preparador de automóveis como "pioneiro"[220].

O Diário de Notícias descreve José Megre como "aventureiro destemido"[221] e classifica o seu legado como "inigualável", destacando que, mesmo no final da vida, o piloto se manteve "entusiasta, curioso e ávido por mais uma aventura"[222].

4.16 Raul Solnado

Raul Augusto Almeida Solnado nasceu a 19 de outubro de 1929, em Lisboa. Foi na Escola Comercial Rodrigues Sampaio que atuou pela primeira vez, numa festa de alunos, interpretando a peça de Gil Vicente, "Todo o Mundo e Ninguém" (Xavier, 1992: p.18).

Com 17 anos, tornou-se sócio da Sociedade de Instrução Guilherme Cossoul, um grupo de amadores onde começou a fazer teatro em 1947, um papel de cinco minutos na peça "Maria Emília", de Alves Redol (Xavier, 1992: p.21). No dia 10 de dezembro de 1952, Raul Solnado participou pela primeira vez num espetáculo como ator profissional, no

[220] Pereira, M. (2009) "Morreu José Megre pioneiro do Dakar", *Correio da Manhã*, 22 de fevereiro, p. 41.
[221] M. E. (2009) "Aventureiro destemido deixa legado inigualável", *Diário de Notícias*, 22 de fevereiro, p. 63.
[222] Gonçalves, R. R. (2009) "O último aventureiro português", *Diário de Notícias*, 28 de fevereiro, pp. 56-57.

Maxime, onde fazia a mímica da canção Vingança da brasileira Linda Baptista e dois *sketches* escritos por José Viana. Em 1953, Vasco Morgado, dono do Teatro Monumental, assistiu ao espetáculo no Maxime e convidou-o a integrar um teatro de revista e estreia-se a 14 de fevereiro daquele ano na revista carnavalesca "Canta, Lisboa!".

A grande viragem na sua carreira acontece a 14 de abril de 1955, quando fazia a peça "De Bota Abaixo", a sua consagração na imprensa pela mestria com que interpretava diferentes personagens, entre as quais a personagem de Cantinflas (Xavier, 1992: pp.39-40). Em fevereiro de 1957, faz o seu terceiro papel em cinema, no filme "Perdeu-se um marido", de Henrique Campos e em março foi convidado para o primeiro programa regular de produção própria da recém-criada RTP (Xavier, 1992: pp.56-67). Integra também, em 1958, a primeira longa-metragem portuguesa a cores, "Sangue Toureiro". Nesta época estava já no Teatro Variedades onde continuava a fazer revista e a 15 de agosto de 1958 estreia-se no Rio de Janeiro com "Agora é que São Elas".

É no Teatro Maria Vitória, com a pela "Bate o Pé", em 1962, que estreia a rábula "A História da Minha Ida à Guerra de 1908", uma das mais conhecidas da sua carreira (Xavier, 1992: p.85). Em 1962 começa a conceber o projeto do que viria a ser o Teatro Villaret, que viria a nascer em 1965, fruto da sociedade composta por Raul Solnado e o cenógrafo Rui Martins. O Teatro João Villaret é inaugurado a 10 de janeiro de 1965, com a estreia da peça "O Impostor-Geral".

A 26 de maio de 1969, Raul Solnado estreia-se ao lado de Carlos Cruz e Fialho Gouveia no programa "Zip-Zip", na RTP (Xavier, 1992: p.141), que foi emitido até dezembro e nesse mesmo mês estreia uma das suas peças que esteve mais tempo em cena, "O Vison Voador".

Em 1977, estreia, com Fialho Gouveia e Carlos Cruz, "A Visita da Cornélia" estreia na RTP, gravada no Teatro Villaret todas as semanas (Xavier, 1992: pp.178-179).

Em 1990, Raul Solnado recebeu do Governo a medalha de mérito cultural pelos seus quase 40 anos de carreira e nesse mesmo ano foi distinguido pelo governo brasileiro com a Ordem do Rio Branco (Xavier, 1992: p.208). Dois anos depois atua na telenovela portuguesa "A Banqueira do Povo" e, em 1999, funda a Casa do Artista, juntamente com Armando Cortez e Octávio Clérigo, que dirigiu até à sua morte.

Raul Solnado morreu no dia 8 de agosto de 2009, aos 79 anos, vítima de doença cardiovascular[223].

Foram analisadas 42 edições dos três jornais, referentes ao falecimento de Raul Solnado. Assim, incluímos nesta análise os onze dias após a sua morte – 9 de agosto a 19 de agosto de 2009 – bem como as efemérides de um mês (8 de setembro de 2009), seis meses (8 de fevereiro de 2010) e um ano (8 de agosto de 2010).

4.16.1 Primeiras páginas

Os três jornais analisados colocaram a notícia da morte de Raul Solnado nas suas capas, no dia após o seu falecimento, 9 de agosto de 2009.

A morte de Raul Solnado é anunciada na primeira página do Correio da Manhã (Ilustração 15), com uma chamada de duas colunas, num quadrado situado no canto superior esquerdo, junto ao cabeçalho. Junto de uma imagem do ator podemos ler o título "Morreu o mestre do humor popular".

O Diário de Notícias (Ilustração 15) coloca a imagem de Raul Solnado em manchete, a seis colunas e ocupando meia página. O título, inserido na fotografia, diz "Façam o favor de ser felizes!", conhecida frase do ator, abaixo da qual se lê o nome de Solnado e as datas de nascimento e de morte.

No Jornal de Notícias (Ilustração 15), a morte de Raul Solnado é manchete a quatro colunas e a toda a altura da primeira página. A imagem do ator na sua juventude é acompanhada do título "Faz o favor de ser feliz" e de um pequeno texto introdutório.

[223] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.16.1.

Ilustração 15 – Primeiras páginas: Raul Solnado



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 9 de agosto de 2009.

O funeral de Raul Solnado mereceu referência na primeira página do Correio da Manhã de 10 de agosto de 2009. O periódico publicou uma foto de capa com uma fotografia do carro funerário rodeado de público a aplaudir.

No Diário de Notícias, o destaque também foi uma foto de capa para retratar o funeral de Raul Solnado. A imagem do público a bater palmas junto do carro funerário que transporta o caixão de Raul Solnado é exatamente igual à publicada pelo Correio da Manhã.

Já o Jornal de Notícias colocou na sua capa uma chamada a seis colunas, no dia após o funeral de Raul Solnado.

No que diz respeito ao falecimento de Raul Solnado, as opções editoriais dos três jornais são semelhantes. No dia após a sua morte o maior destaque é na capa do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias. Também o funeral mereceu espaço nas primeiras páginas, sendo de destacar o facto de o Correio da Manhã e o Diário de Notícias terem utilizado a mesma imagem, da autoria de António Cotrim, fotojornalista da Agência Lusa. A ausência de um repórter fotográfico do jornal no funeral de Raul Solnado, opção de ambos os jornais, pode indiciar o menor peso que o seu falecimento representou. No entanto, não podemos esquecer que Solnado faleceu em pleno mês de agosto, época em que grande parte dos jornalistas e fotojornalistas das redações se encontram de férias.

4.16.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu à morte de Raul Solnado, 9 de agosto de 2009, os três jornais analisados referenciaram o acontecimento em 15 das suas páginas e escreveram um total de 29 peças, acompanhadas por 49 imagens.

No dia que se seguiu à morte de Raul Solnado, o Correio da Manhã referenciou o acontecimento em quatro das suas 56 páginas, uma das quais é a capa. A cobertura do periódico incluiu a publicação de seis artigos – dois artigos de opinião, duas biografias, uma cronologia e um artigo da categoria vozes – e 12 imagens.

A morte de Raul Solnado está presente em seis páginas da edição do Diário de Noticias. Se excluirmos a capa e a página de opinião, o periódico dedicou quatro páginas inteiras, que intitulou "Especial", ao desaparecimento do humorista. Ao todo, falamos de 19 fotografias e oito notícias: três foto-legendas, duas biografias, duas cronologias, um editorial, uma notícia e as vozes.

Além da capa, o Jornal de Notícias publica quatro páginas inteiramente dedicadas à morte de Raul Solnado. Registámos a existência de 18 imagens e 13 peças noticiosas: seis breves, duas notícias, duas biografias, duas vozes e uma entrevista.

Só o Diário de Notícias dedicou o seu editorial à morte de Raul Solnado, sinal claro da relevância que a morte do ator assumiu para este jornal e confirmado pelo número de páginas e artigos que lhe dedicou. Ainda assim, é de destacar o artigo de opinião assinado pelo editor de cultura do Correio da Manhã. Não sendo um editorial, assume-se como o seu parente mais próximo, na medida em que se trata de um género opinativo assinado pelo editor da secção na qual o trabalho de Solnado se inseria.

O tratamento noticioso dos três jornais é semelhante, sobretudo no que diz respeito ao enfoque na carreira de Raul Solnado. O recurso às cronologias e à citação, em discurso direto, das frases de Raul Solnado são uma tendência nos três periódicos. Além disso, cada um dos títulos procurou ouvir personalidades que ajudassem a contar a história de Raul Solnado, com destaque para o Jornal de Notícias que publicou uma entrevista com Carlos Cruz, que na época se encontrava em prisão domiciliária, acusado do crime de pedofilia no âmbito do processo Casa Pia.

4.16.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguiram à notícia da morte de Raul Solnado, 10 a 19 de agosto de 2009, os três periódicos referenciaram o humorista em 25 páginas e publicaram 48 notícias e 65 fotografias. O Correio da Manhã foi o jornal que dedicou mais espaço ao acontecimento.

No Correio da Manhã encontrámos 11 páginas com referências à morte de Raul Solnado, das quais uma é a primeira página do dia seguinte ao funeral, que já aqui referimos. Ao todo, falamos de 2% do total das suas dez edições após ter dado a notícia do falecimento do ator. O jornal do dia 10 de agosto de 2009, dia após o funeral, é aquele que concentra mais páginas (sete ao todo). No total dos dez dias foram veiculados 17 artigos e utilizadas 23 fotografias. O género predominante é a breve (seis), seguido dos artigos de opinião (três), vozes (três), crónica (uma), entrevista (uma), notícia (uma), reportagem (uma) e editorial (um).

Nos dez dias que se seguiram à notícia da morte de Raul Solnado, o Diário de Notícias referenciou o nome do ator em sete páginas (1,18% das suas edições), duas das quais no dia a seguir ao seu funeral, que contou com uma foto de capa na primeira página e uma página inteira no interior do jornal. Ao todo, o periódico escreveu 20 artigos e publicou 32 fotografias. O género predominante foi a foto-legenda (12), com destaque também para os artigos de opinião (cinco), crónica (uma), notícia (uma), reportagem (uma).

O Jornal de Notícias referenciou Raul Solnado em sete páginas, nas dez edições após ter dado a notícia da sua morte, ou seja, 1,25% das suas edições. Uma dessas páginas é, à semelhança dos outros periódicos, a capa do dia seguinte ao funeral do humorista. No Jornal de Notícias foram publicadas 11 artigos e sete fotografias, a maioria dos quais no dia em que o periódico relatou as cerimónias fúnebres. Os géneros predominantes são os artigos de opinião (quatro), breves (três), notícias (duas), reportagem (uma) e vozes (uma).

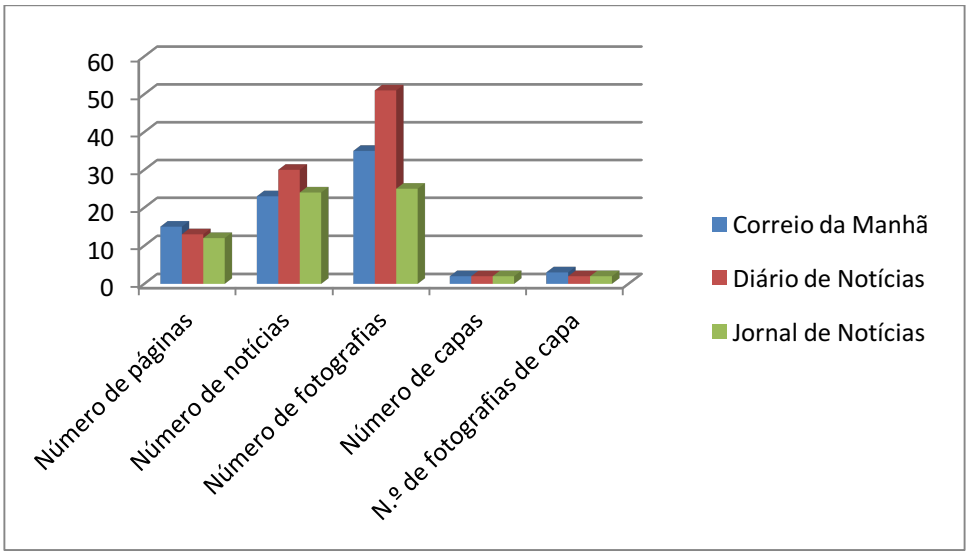
No que diz respeito aos 11 dias após a morte de Raul Solnado (Gráfico 38), o Correio da Manhã referenciou o ator em 2,58% das suas páginas, enquanto as percentagens do Diário de Noticias e do Jornal de Notícias se situaram nos 1,95% e 1,89%, respetivamente.

O género opinião volta a ser um dos mais presentes nos três jornais, sendo de destacar, no Jornal de Notícias e no Diário de Notícias, os textos assinados por leitores, claro sinal de que Raul Solnado era popular entre o seu público. Também de salientar, no Diário de

Notícias e Correio da Manhã, a presença dos editoriais, no dia a seguir à morte e no dia a seguir ao funeral, respetivamente. Tendencialmente o Correio da Manhã vem mostrando ao longo dos casos aqui analisados que é o jornal que dá menos espaço à morte das figuras públicas escolhidas para este estudo. Não é o caso de Raul Solnado, visto que o periódico foi quem dedicou mais espaço à cobertura da sua morte, sendo essa importância reforçada com a presença de um editorial e dos artigos de opinião assinados pelos cronistas do jornal. Ainda assim, o facto de ser o jornal que deu mais atenção ao caso contrasta com o destaque do acontecimento nas suas primeiras páginas: no dia após a morte o acontecimento teve chamada de capa.

A presença de um fotojornalista do Correio da Manhã no funeral de Raul Solnado não nos deixa compreender a razão de o jornal ter optado por uma imagem de primeira página da autoria da Agência Lusa que, por coincidência, foi a mesma que o Diário de Notícias utilizou. Poder-se-ia dar o caso de o fotógrafo do Correio da Manhã não ter retratado a saída do carro funerário, mas verifica-se que a acompanhar a reportagem está uma imagem do carro a sair e das pessoas a acenarem. Já no Jornal de Notícias, apesar de a fotografia da primeira página estar assinada por um fotojornalista do periódico, a imagem que acompanha a reportagem do funeral é da Agência Lusa.

Gráfico 38 – Raul Solnado: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.16.4 As efemérides

No que toca às efemérides, apenas o Correio da Manhã referenciou o nome de Raul Solnado, no dia em que se assinalava o primeiro mês após a sua morte. Ainda assim, não podemos considerar que se trate de uma verdadeira efeméride, na medida em que o jornal publicou uma pequena breve, onde fala sobre a primeira década da Casa do Artista, referindo que o humorista foi um dos seus fundadores.

De referir que no decorrer da análise do período temporal referente a outra personalidade (António Feio), encontrámos uma página inteiramente dedicada a Raul Solnado no Jornal de Notícias, a propósito de um documentário de tributo ao humorista que seria exibido nessa noite na RTP. Em nenhum momento o texto refere que no dia seguinte se assinala um ano sobre a morte de Solnado, mas parece-nos ser esse o motivo da exibição do filme.

4.16.5 As imagens

Ao todo foram publicadas 111 fotografias junto das peças noticiosos motivadas pela morte de Raul Solnado. O Diário de Notícias foi o jornal que utilizou maior número de imagens e o Jornal de Notícias foi o periódico que escolheu menos fotografias.

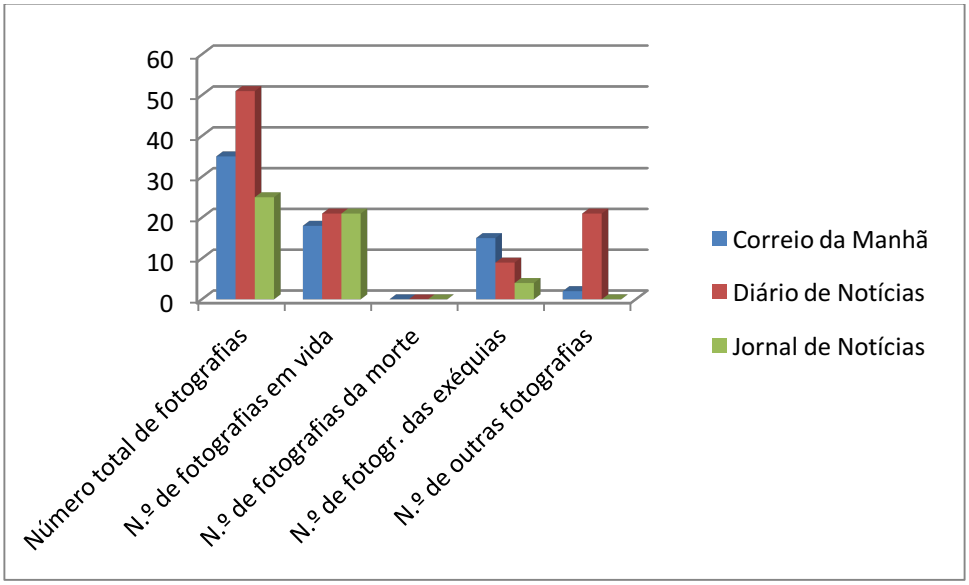
O Correio da Manhã utilizou 35 fotografias junto das notícias que referenciam Raul Solnado. Destas, 18 retratam o humorista em vida e as restantes ilustram, maioritariamente as cerimónias fúnebres. O jornal optou por publicar 15 imagens do ambiente do funeral e velório de Raul Solnado, bem como das personalidades que marcaram presença.

No Diário de Notícias contabilizámos 51 imagens em artigos e peças que referenciam Raul Solnado, 21 das quais são retratos do humorista ao longo dos anos. Ainda de realçar a publicação de nove imagens do funeral do ator. As restantes 21 imagens referem-se às duas páginas em que se recorda o desafio de Solnado feito a várias personalidades, para que desenhassem palhaços. As gravuras são, precisamente, os desenhos feitos pelas figuras públicas, bem como a fotografia de cada uma dessas personalidades.

O Jornal de Notícias publicou 25 fotografias no âmbito da cobertura da morte de Raul Solnado, 18 das quais figuram na edição onde se dá a notícia da sua morte. Do total de imagens utilizadas, 21 retratam o humorista em vida. As restantes ilustram as cerimónias fúnebres e as pessoas presentes. De realçar que na capa do dia que se seguiu à morte de Raul Solnado, a opção do periódico foi uma imagem de Solnado nos tempos de juventude.

No que toca à imagem há um predomínio do Diário de Notícias (Gráfico 39), mas não podemos deixar de realçar que o Correio da Manhã foi quem publicou mais fotografias das exéquias, sinal da valorização da cobertura imagética do acontecimento por parte do periódico.

Gráfico 39 – Raul Solnado: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.16.6 Marcas de subjetividade

O Correio da Manhã é o jornal que utiliza menos adjetivos para falar de Raul Solnado. Na biografia que publica no dia após a sua morte, refere-se apenas ao ator como "mestre" e "grande senhor da comédia", destacando ainda o seu "ar traquina de miúdo"[224].

No Diário de Notícias, também nas peças biográficas, foi possível encontrar vários exemplos de adjetivação para classificar Raul Solnado: "sorriso maroto", "boémio e mulherengo"[225], humor "inteligente" e "faceta camaleónica"[226]. No entanto, são as marcas de subjetividade que saltam à vista. O jornal refere-se a Solnado dizendo que "ele era 'o' cómico português"[227] e as aspas no artigo "o" não deixam dúvidas sobre a subjetividade associada. Há ainda excertos em que ouvimos a voz do jornalista partilhar com o público a morte do humorista: "depois, só a saudade do homem que fez o favor de nos tornar mais

[224] Vieira, R. P. (2009) "Humor nacional perde o mestre", *Correio da Manhã*, 9 de agosto, p. 28.
[225] Caetano, M. J. (2009) "Morreu Raul Solnado o actor que era uma 'fábrica de rir'", *Diário de Notícias*, 9 de agosto, pp. 36-37.
[226] "O homem das várias caras" (2009) *Diário de Notícias*, 9 de agosto, p. 37.
[227] Caetano, M. J. (2009) "Morreu Raul Solnado o actor que era uma 'fábrica de rir'", *Diário de Notícias*, 9 de agosto, pp. 36-37.

felizes, como dizia (…) a melhor homenagem que podemos fazer-lhe é tentar cumprir aquele seu pedido"[228].

No Jornal de Notícias também identificámos vários elogios nos textos biográficos, de que são exemplo a referência a Raul Solnado como "um dos actores mais versáteis", "figura incontornável da televisão"[229], que tinha uma "notável habilidade para espalhar boa disposição", tinha "mérito de actor"[230] e era um "verdadeiro animal de palco"[231]. Quanto às marcas de subjetividade, estas são visíveis logo na primeira página do dia seguinte à morte da personalidade. O Jornal de Notícias escreve "Faz o favor de ser feliz"[232] na sua capa, num discurso claramente dirigido ao recém-falecido Raul Solnado, tratando-o pela primeira pessoa. No interior do jornal encontramos excertos em que é audível a voz do jornalista, nomeadamente através do uso dos pronomes pessoais coletivos: "aquele homem que julgaríamos eterno, talvez por fazer parte de todos nós"[233], "caminho fácil e brejeiro que nunca trilhou", "protagonista de uma existência em nada superficial", "dele exalava serena e terna simpatia" e surgiu como uma lufada de ar fresco num país cinzento"[234].

A adjetivação nas notícias sobre a morte de Raul Solnado está marcada e, mais uma vez, fica a sensação que a subjetividade encontrada está relacionada com o caráter opinativo do jornalismo cultural. Também as marcas de subjetividade são exemplificativas desta situação.

Mais uma vez, os exemplos encontrados figuram, sobretudo, nas biografias publicados, sendo certo que este é um género que se presta mais à subjetividade pelo facto de descrever os feitos da personalidade. Além disso, e à semelhança do desporto, também os textos da secção de cultura têm uma maior presença de marcas de subjetividade, talvez por estas serem áreas em que se fazem algumas críticas a espetáculos e trabalhos artísticos.

---

[228] *Idem*.
[229] Peixoto, I. (2009) "Parou a fábrica de rir", *Jornal de Notícias*, 9 de agosto, p. 3.
[230] Simões, P. O. (2009) "Do berço à idade da sabedoria fez rir como quem quis fazer o bem", *Jornal de Notícias*, 9 de agosto, p. 5.
[231] "Teatro Villaret foi o consumar de um sonho que acabou por sair demasiado dispendioso" (2009) *Jornal de Notícias*, 9 de agosto, p. 6.
[232] "Faz o favor de ser feliz" (2009) *Jornal de Notícias*, 9 de agosto, p. 1.
[233] "Mil peças de puzzle indivisível" (2009) *Jornal de Notícias*, 9 de agosto, p. 4.
[234] Simões, P. O. (2009) "Do berço à idade da sabedoria fez rir como quem quis fazer o bem", *Jornal de Notícias*, 9 de agosto, p. 5.

4.17 José Saramago

José de Sousa Saramago nasceu em Azinhaga do Ribatejo, na Golegã, a 16 de novembro de 1922. O seu primeiro romance, "Terra de Pecado" (cujo nome original era "A Viúva"), foi publicado aos 25 anos de idade, no ano de 1947. A meio dos anos 50 o seu nome começara já a ser conhecido no campo da literatura e da cultura, ao mesmo tempo que inicia a sua atividade de tradutor de francês (Céu e Silva, 2008: pp.221-225).

Após ter editado o seu primeiro livro, Saramago escreveu poesia, bem como alguns manuscritos inacabados. Em 1953, o escritor entrega na Empresa Nacional de Publicidade (proprietária do Diário de Notícias) o original de Clarabóia, que ficou esquecido até à segunda metade dos anos 80. De destacar que existe um período de 19 anos sem qualquer publicação, e que mediou o lançamento do seu primeiro livro e a obra "Os Poemas Possíveis", em 1966. Era conhecida a ligação de José Saramago ao Partido Comunista Português, militância iniciada a 16 de janeiro de 1969, e continuada após o 25 de Abril de 1974, quando o governo do militar comunista Vasco Gonçalves assume funções, vários meios de comunicação social são nacionalizados. Foi assim que, no mês de março do ano de 1975, José Saramago chegou a desempenhar funções como diretor-adjunto do Diário de Notícias. Durante os meses que desempenhou funções, ali se manteve aconteceu o caso que ficou conhecido como o saneamento de 24 jornalistas do Diário de Notícias, um episódio a que viria a ficar ligado durante toda a sua vida.

Em 1980, é publicada a obra "Levantado do Chão", livro que "alterará por completo a vida de José Saramago e o fará seguir em definitivo a carreira literária (Céu e Silva, 2008: p.226). Dois anos mãos tarde publica o "Memorial do Convento". Em 1989 é editada a obra "História do Cerco de Lisboa" e, em 1991, Saramago publica "O Evangelho segundo Jesus Cristo", onde trata de forma secular temas da história da vida de Jesus Cristo, facto que originou uma polémica, chegando-se ao ponto de, em 1992, merecer um veto de António Sousa Lara, então subsecretário de Estado da Cultura, à candidatura do livro ao Prémio Literário Europeu.

"Ensaio sobre a Cegueira" chega às bancas no ano de 1995, o mesmo ano em que José Saramago é laureado com o Prémio Camões, três anos antes de ser galardoado com o Prémio Nobel da Literatura, feito que conquistou a 8 de outubro de 1998 e distinção que recebeu em Estocolmo, no dia 7 de dezembro de 1998.

José Saramago morreu a 18 de Junho de 2010, com 87 anos, em Lanzarote, nas Ilhas Canárias, vítima de uma leucemia crónica. O seu funeral teve honras de estado e o corpo foi cremado no cemitério do Alto de São João, em Lisboa[235].

Considerámos 42 edições referentes à morte de José Saramago nos três jornais. Assim, incluímos os onze dias após a sua morte (19 de junho a 29 de junho de 2010) e as efemérides de um mês (18 de julho de 2010), seis meses (18 de dezembro de 2010) e um ano (18 de junho de 2011).

4.17.1 Primeiras páginas

No dia seguinte à morte de José Saramago, 19 de junho de 2010, os três jornais analisados destacaram o acontecimento nas suas primeiras páginas.

O Correio da Manhã (Ilustração 16) colocou a notícia da morte de José Saramago num pequeno quadrado a uma coluna, do lado direito da sua capa, com uma imagem da personalidade. O título releva outra informação que não a sua morte: "Estado paga avião no funeral do escritor" é o título da chamada, que no seu pós-título explica que: "Nobel faleceu na sua casa nas Canárias, Espanha".

O Diário de Notícias (Ilustração 16) ocupou dois terços da sua capa com uma fotografia de José Saramago, acompanhada do título "A sua última vontade foi ficar em Portugal". O periódico aproveita ainda a primeira página para destacar vários aspetos da vida do escritor, recorrendo a palavras-chave e frases curtas.

No Jornal de Notícias (Ilustração 16), a manchete relativa à morte de José Saramago ocupa mais de meia página, com uma imagem da personalidade e, entre aspas, o título "A história acabou, não haverá mais nada que contar", uma citação do livro Caim, da autoria do escritor. O pós-título faz uma pequena introdução aos conteúdos que serão desenvolvidos no interior.

[235] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.17.1.

Ilustração 16 – Primeiras páginas: José Saramago



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 19 de junho de 2010.

No Correio da Manhã, o velório de Saramago deu origem a uma foto de capa, onde se destaca o título "Saramago cala Cavaco". Quanto ao funeral, este mereceu uma chamada a duas linhas, abaixo do cabeçalho, com uma fotografia de José Saramago e o título "Milhares no adeus a Saramago".

No Diário de Notícias, o velório do Nobel da Literatura também foi o motivo de uma foto de capa, a duas colunas, de cima abaixo. O funeral foi o tema da manchete no dia seguinte, preenchida pela imagem de Pilar del Rio a velar o corpo do marido. No dia seguinte o periódico faz uma chamada de capa com a publicação de algumas obras inéditas de Saramago.

Tal como os seus congéneres já aqui referidos, também no Jornal de Notícias, o velório dá origem a uma foto de capa, que, apesar do destaque, é colocada no topo da página, a quatro colunas, com uma imagem das cerimónias. No dia seguinte a capa do Jornal de Notícias faz uma chamada em rodateto a seis colunas e três linhas, por cima do cabeçalho, com uma imagem do funeral.

No que diz respeito aos destaques de primeira página de cada um dos jornais, é inegável a forma diferenciada de tratamento que a morte de José Saramago teve no Correio da Manhã. Aquele que foi um dos mais conhecidos escritores portugueses e que, inclusivamente, foi o único a ser laureado com um Prémio Nobel, ocupa um espaço bastante mais reduzido nas primeiras páginas do Correio da Manhã. Além disso, parece-nos digno de nota o facto de a morte de Saramago, em si, não ser a notícia em destaque no

Correio da Manhã: no dia do seu funeral aquilo que é realçado no título da capa do jornal é o facto de Cavaco Silva estar ausente das exéquias, informação que é novamente colocada na capa do periódico do dia após o funeral, mas desta vez em pós-título. Quanto ao dia a seguir à morte de José Saramago, o facto de o jornal privilegiar a informação sobre o avião que o Estado ia fretar para transportar o corpo do escritor, relegando para segundo plano a informação de que este tinha falecido, denota uma clara inversão da noticiabilidade da morte a favor da noticiabilidade de um facto acessório que, a nosso ver, visa apenas acicatar uma polémica inexistente.

4.17.2 O dia seguinte

No dia após a morte de José Saramago, os jornais dedicaram 51 páginas ao tema, publicaram 115 artigos e 102 fotografias.

O Correio da Manhã ocupa três das suas 56 páginas com José Saramago, no dia que se seguiu à sua morte. Além da capa, encontramos duas páginas inteiras, compostas por 13 artigos e 14 imagens. O género predominante são as breves (oito), seguindo-se um artigo de opinião, uma notícia, uma cronologia, um inquérito e vozes.

O Diário de Notícias foi o jornal que ocupou maior número de páginas, escreveu mais notícias e publicou mais fotografias no dia que se seguiu ao falecimento de José Saramago. Ao longo de 27 páginas, mais de 30% da edição, encontramos 52 artigos e 56 fotografias. Entre os géneros predominantes estão as biografias (11), as breves (11) e os artigos de opinião (dez), mas todas as categorias de informação estão aqui representadas, à exceção do inquérito. Detetámos a presença de vozes (seis), notícias (quatro), entrevistas (três), foto-legendas (duas), cronologias (duas), reportagem (uma), editorial (um) e crónica (uma).

No Jornal de Notícias foram ocupadas 21 páginas inteiras com a morte de José Saramago, o que se traduz em 19,4% do espaço do jornal, que neste dia publica um destacável de 20 páginas sobre a personalidade. Detetámos 31 artigos e 32 imagens, sendo que entre os géneros predominantes estão as breves (nove), notícias (oito), biografias (cinco), vozes (duas), cronologias (duas), entrevistas (duas), artigos de opinião (dois) e reportagem (um). O periódico inicia na página 35 um caderno especialmente dedicado ao desaparecimento do escritor.

O Correio da Manhã destaca-se como o jornal que fez a menor cobertura do falecimento do escritor e o Diário de Notícias foi o periódico que lhe dedicou mais espaço. Às poucas

páginas dedicadas ao escritor no Correio da Manhã, acresce o facto de não ter sido publicado o tradicional texto biográfico que congrega informação sobre a vida e obra da personalidade. A vida de Saramago foi contada com recurso a uma diminuta cronologia, sendo que o jornal publica oito pequenas breves, cada uma com um parágrafo, que destacam momentos da vida do escritor, sobretudo os mais polémicos. O texto de maior destaque foi escrito em torno do avião que o Estado fretou para transportar o corpo de José Saramago, facto que mereceu, aliás, a realização de um inquérito onde se percebe que 72% dos leitores do Correio da Manhã não concordam que o Estado Português pague estas despesas.

Já o Diário de Notícias optou por uma abordagem marcadamente biográfica, procurando integrar todos os ângulos da vida de José Saramago e complementando essa descrição exaustiva da sua vida e carreira com artigos de opinião de personalidades relacionadas com as temáticas. Somando a biografia e as cronologias (13), percebemos que o grande enfoque do conteúdo informativo no Diário de Notícias é a vida e obra de José Saramago.

O Jornal de Notícias, por sua vez, ficou a meio caminho entre os seus concorrentes, mas mais próximo do Diário de Notícias do que do Correio da Manhã.

Voltando às escolhas do governo português no que toca às cerimónias fúnebres de José Saramago, e sendo claro que apesar de se ter mudado para Espanha o escritor deixou escrito que queria ser enterrado no seu país, não podemos deixar de comparar a abordagem do Correio da Manhã e dos outros dois jornais. Se no Correio da Manhã sentimos um certo sensacionalismo e até um certo deslocamento da realidade ao destacar em manchete o avião fretado, no Diário de Notícias sentimos a necessidade de sublinhar que o número de dias de luto decretado em Portugal foi menor do que os dias decretados nas Canárias, numa espécie de crítica implícita. Já o Jornal de Notícias escolheu dar destaque ao facto de a ministra da Cultura acompanhar a comitiva a bordo do avião. A abordagem do Correio da Manhã é claramente diferenciada e parece significar que a morte de José Saramago não tem assim tanto relevo, o que contrasta claramente com o posicionamento do Diário de Notícias, que escreveu 30% da sua edição sobre a morte do Nobel da Literatura.

Ainda a destacar a questão do editorial: o Diário de Notícias foi o único jornal que dedicou o seu editorial à morte de José Saramago, realçando as suas qualidades como escritor e elogiando o Estado português por decretar luto nacional e por agilizar os trâmites

necessários para que Saramago fosse enterrado em Portugal. No caso do Jornal de Notícias não houve lugar à publicação de qualquer editorial no dia após a morte de José Saramago. Quanto ao Correio da Manhã, o editorial daquele dia abordava as questões políticas em torno do Processo Face Oculta. Ainda no campo da opinião, há a realçar a enorme discrepância entre os artigos de opinião presentes no Diário de Notícias (dez) e aqueles que existem no Jornal de Notícias (dois) e no Correio da Manhã (um). Face aos testemunhos recolhidos pelos três jornais, parece-nos também digno de nota o número de reações de pesar publicadas pelo Diário de Notícias (79) e as publicadas pelo Correio da Manhã (quatro) e pelo Jornal de Notícias (15).

À semelhança do que aconteceu com Álvaro Cunhal, também no caso da morte de José Saramago, sobretudo no que diz respeito ao Jornal de Notícias e Diário de Notícias, fica a ideia de que já haveria algum conteúdo preparado, uma vez que a publicação de tamanho número de páginas de um dia para o outro não seria fácil de fazer. A morte de José Saramago e gravidade da sua doença – esteve em estado grave em 2007 –, não terá constituído uma surpresa, pelo que é presumível que os jornais já a tivessem antecipado em termos de conteúdos.

4.17.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguiram à notícia da morte de José Saramago, entre 20 e 29 de junho de 2010, os três periódicos referenciaram a personalidade em 61 páginas, dedicaram-lhe 119 notícias e 130 imagens.

No Correio da Manhã encontrámos 14 páginas com referências a José Saramago nos dez dias após ter sido dada a notícia da sua morte, ou seja, 2,5% das suas edições. Destas páginas, duas são capas do jornal, correspondentes ao dia a seguir ao velório e ao dia a seguir ao funeral. Ao todo, foram publicados 33 artigos, juntamente com 29 imagens. No que diz respeito aos géneros jornalísticos, falamos de breves (19), notícias (quatro), artigos de opinião (quatro), vozes (três), foto-legendas (duas) e editorial (um).

No Diário de Notícias registámos 35 páginas com referências a José Saramago nos dez dias após ter sido noticiado o seu falecimento, o que representa quase 5% do seu espaço noticioso neste período. Destas páginas, três são capas e referem-se ao dia após o velório, ao dia após o funeral e à notícia sobre o espólio do escritor. Ao todo foram publicadas 66

peças – 17 breves, dez artigos de opinião, 12 foto-legendas, 12 vozes, nove notícias, quatro reportagens, uma entrevista e uma biografia - e 54 fotografias.

No Jornal de Notícias são 22 as páginas que fazem referência a José Saramago nos dez dias após a sua morte ter sido noticiada, o que representa 3% do conteúdo dessas edições. Aqui se incluem duas primeiras páginas, mencionando o velório e o funeral do escritor. O periódico publicou 33 artigos e 47 fotografias durante o período em análise, entre as quais estão breves (12), reportagens (nove), artigos de opinião (sete), reportagens (duas), notícias (duas), vozes (duas) e biografia (uma).

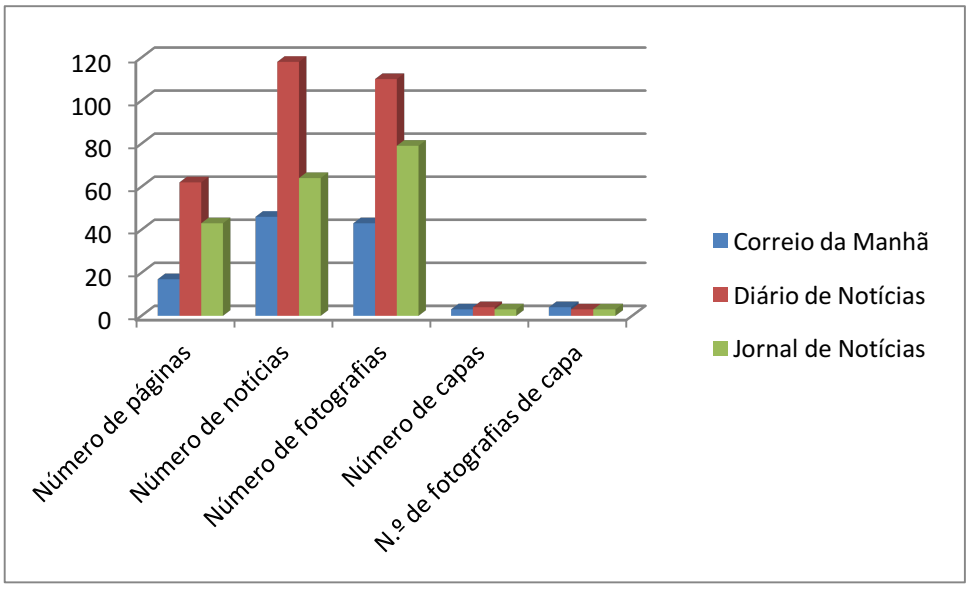
O Correio da Manhã foi o jornal que destinou menos espaço ao assunto e o Diário de Notícias foi quem fez a cobertura mais ampla, à semelhança do que já havíamos verificado no dia a seguir à sua morte (Gráfico 40). Apenas 2,75% das páginas do Correio da Manhã referenciaram o acontecimento e a personalidade. Em sentido oposto, a cobertura realizada pelo Diário de Notícias representa 7,82% do total de páginas das suas onze edições. No meio, mas mais próximo do Diário de Notícias, encontramos o Jornal de Notícias, que referenciou José Saramago em 5,24% das suas páginas.

A própria cobertura foi claramente diferenciada, com um enfoque sensacionalista do Correio da Manhã, ao destacar casos que nos parecem paralelos em relação ao verdadeiro acontecimento: a morte de José Saramago. O avião fretado pelo Estado e o pagamento das despesas de trasladação, a par com a ausência do Presidente da República das cerimónias fúnebres do Nobel da literatura marcaram a ocorrência e foram mencionadas por todos os jornais. Neste campo o Correio da Manhã marca a diferença por ter feito dos temas títulos de primeira página, que prevaleceram sobre a informação da morte e do funeral de José Saramago. O jornal chega mesmo a abordar personalidades presentes no funeral, como José Sócrates, acerca desse assunto. De facto, a ausência do Presidente da República, Cavaco Silva, das exéquias de José Saramago mereceu a atenção dos três jornais. O que diferiu foi a prioridade dada ao tema. Assim, enquanto o Correio da Manhã destacou a questão na sua primeira página duas vezes, os outros jornais remeteram o tema para o interior. Foi precisamente no interior das suas páginas que o Diário de Notícias fez a abordagem mais extensa do acontecimento, dando voz a diversas personalidades que o jornal procurou que se manifestassem sobre o tema.

No que toca a esta menor cobertura por parte do Correio da Manhã, é sintomático o facto de, nos onze dias após a morte de José Saramago, dos 45 artigos publicados, 27 serem breves e não haver nenhuma biografia neste periódico. Há uma clara tendência para sintetizar a informação, assente no predomínio de notícias com menos de quatro parágrafos. No caso do Diário de Notícias, por exemplo, as breves também foram o género mais utilizado, mas falamos de 28 breves num total de 118 artigos. Já o Jornal de Notícias publicou 21 breves num total de 64 notícias. A presença das breves mostra também a veiculação de algumas informações paralelas, como a publicação, no Diário de Notícias, do número de funcionários que a agência funerária tinha a trabalhar, ou a menção às pessoas que chegaram atrasadas e encontraram as portas fechadas, tendo ligado a um deputado que se encontrava no interior. No caso do Jornal de Notícias é de destacar a publicação de uma fotografia de Mário Soares a tropeçar à entrada da Câmara Municipal de Lisboa, onde se realizou o velório.

Ainda no que toca aos géneros, de realçar o facto de o Jornal de Notícias ter sido o único que não publicou um editorial sobre a morte de José Saramago: o Diário de Notícias fê-lo no dia após a morte do escritor e o Correio da Manhã no dia do funeral.

Gráfico 40 – José Saramago: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.17.4 As efemérides

Todos os jornais assinalaram o primeiro ano da morte de José Saramago, apesar de o grau de importância não ter sido igual em todos os periódicos.

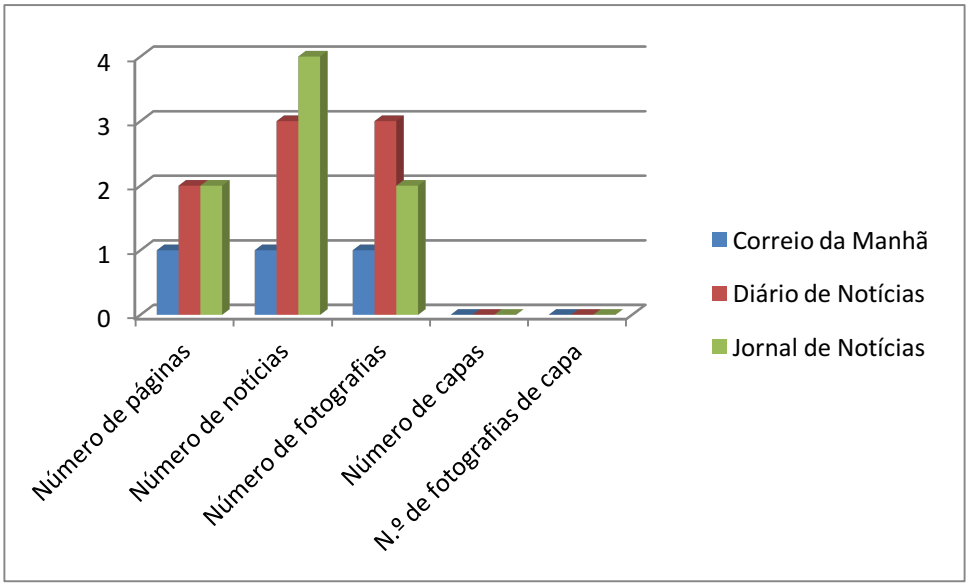
O Correio da Manhã escreve uma notícia sobre o primeiro aniversário do falecimento do escritor. A peça, acompanhada por uma imagem, destaca as homenagens a ter lugar naquele dia, apresentadas na véspera pela viúva de José Saramago.

O Diário de Notícias referencia o primeiro ano da morte de José Saramago em duas das suas páginas, com três notícias e três fotografias. Os textos falam sobre o mistério em torno do local onde estavam, até à data, as cinzas do escritor e as iniciativas que o irão homenagear. O jornal publica ainda uma entrevista com Pilar del Rio, viúva do Nobel da Literatura.

No Jornal de Notícias foram publicadas quatro notícias e duas fotografias, que ocuparam duas páginas inteiras. O periódico assinala um ano da morte de José Saramago, antecipando as homenagens que terão lugar nesse dia, as visitas que se realizaram ao polo da fundação com o seu nome, na aldeia da Azinhaga e o lançamento de três livros do escritor. Também o Jornal de Notícias publica uma entrevista com Pilar del Rio.

O assinalar do primeiro ano da morte de Saramago é semelhante nos três jornais (Gráfico 41), até porque na véspera haviam sido anunciadas as iniciativas que visavam comemorar a data. De qualquer modo, e à semelhança do que já havia acontecido aquando da sua morte, o Diário de Notícias foi o jornal que deu mais destaque ao tema, enquanto o Correio da Manhã continua a ser o periódico que lhe dedica menos espaço.

Gráfico 41 – José Saramago: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.17.5 As imagens

Ao todo, os três jornais analisados publicaram 232 fotografias junto das notícias que referenciam José Saramago nos 11 dias após a sua morte.

Nas edições do Correio da Manhã aqui analisadas contabilizámos 43 imagens, das quais apenas 11 retratam José Saramago, uma das quais mostra o escritor morto, deitado no caixão, com o rosto perceptível. As restantes fotografias referem-se, maioritariamente, ao ambiente das cerimónias fúnebres e às personalidades que por lá passaram. São 21 os retratos que ilustram o funeral e o velório de José Saramago.

O Diário de Notícias publicou 110 imagens junto das peças que mencionaram José Saramago durante os 11 dias após a sua morte. Destas, apenas 39 são retratos do escritor e 19 mostram o ambiente e as personalidades que marcaram presença nas cerimónias fúnebres. Algumas das restantes imagens referem-se às capas dos livros do escritor, aos lugares que ele habitou e pessoas que conheceu e às capas de jornais que motivou. Também o periódico publica uma imagem da personalidade morta, apesar de o fazer com a mulher de José Saramago, Pilar del Rio, focada e em segundo plano, a olhar o corpo, desfocado, do qual apenas vemos a cabeça.

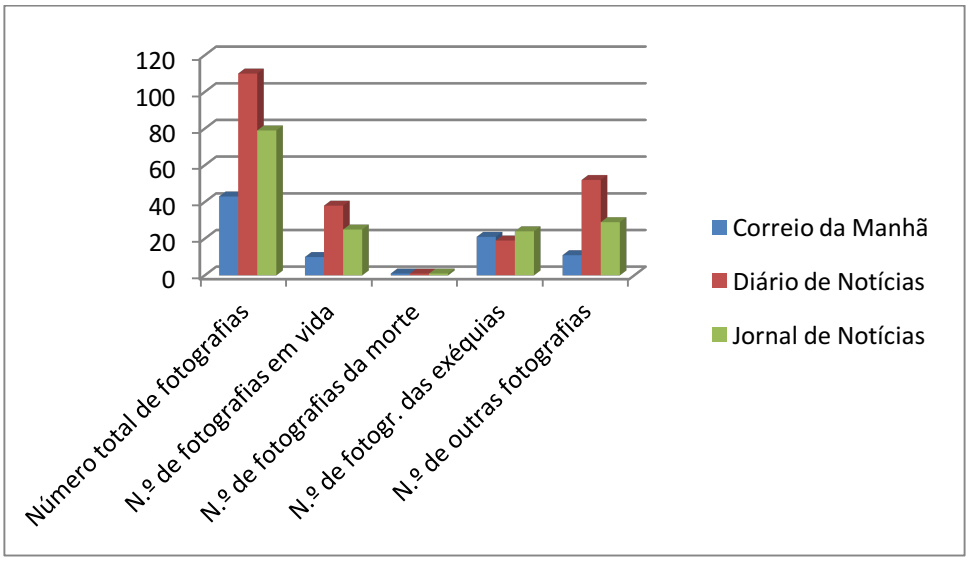
No Jornal de Notícias foram publicadas 79 fotografias junto dos artigos acerca de José Saramago. Apenas 26 retratam o escritor, sendo que uma destas imagens é a mesma que foi utilizada pelo Diário de Notícias, onde se vê o corpo da personalidade, velado pela mulher. Há também uma cobertura fotográfica das cerimónias fúnebres bastante ampla, com 24 imagens, e vários retratos de locais e pessoas que tiveram significado na vida da personalidade.

O Diário de Notícias foi quem estabeleceu uma maior relação com a imagem e o Correio da Manhã publicou o menor número de fotografias (Gráfico 42).

Voltamos a encontrar nos jornais o recurso à fotografia do morto, ainda que de uma forma muito mais contida. O facto de o caixão estar aberto parece ser sempre propício à recolha de imagens, mas o uso que cada periódico decide fazer dessas imagens varia muito. Se o Correio da Manhã não teve qualquer problema em mostrar o corpo dentro do caixão, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias procuraram fazê-lo de forma mais moderada, ou seja, optando pela fotografia que desfoca o rosto do morto. Apesar de sabermos que ele

está lá e que está morto, a imagem destaca, sobretudo, a expressão terna e saudosa da mulher, Pílar del Rio, olhando o marido falecido dentro do caixão.

Gráfico 42 – José Saramago: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.17.6 Marcas de subjetividade

Quanto à adjetivação, os dados encontrados ficam aquém do esperado, sobretudo por se tratar de uma figura da literatura portuguesa e de o jornalismo cultural ter mostrado, nos casos analisados até agora, que recorre a uma narrativa mais subjetivizada. Os textos do Correio da Manhã não mostram qualquer subjetividade e subsistem parcos exemplos de adjetivação e pesar no Diário de Notícias e Jornal de Notícias.

O Diário de Notícias utiliza adjetivos nas biografias e em duas notícias. Encontramos exemplos que descrevem a "eterna determinação"[236] de Saramago, apresentado como um "génio da escrita", um "operário cultíssimo do idioma que dominava na perfeição" [237] e ainda um "ilustre comunista"[238]. Nas dezenas de textos que referenciam o escritor o distanciamento está presente e é garantido, muitas vezes, pela voz dos interlocutores do jornalista, que elogiam e glorificam Saramago. Ainda assim, como marcas de proximidade, encontrámos excertos como "comia na cozinha e gostava de grão cozido"[239], algo que nos é relatado pelo próprio jornalista e não por entreposta pessoa. Além disso, o texto

[236] Céu e Silva, J. (2011) "Morrer é… simplesmente natural", *Diário de Notícias*, 19 de junho, pp. 2-3.
[237] Madaíl, F. (2011) "um génio de escrita quase barroca que parecia um operário da vírgula, *Diário de Notícias*, 19 de junho, p. 8.
[238] Mangas, F. (2011) "Um ilustre comunista nem sempre obediente", *Diário de Notícias*, 19 de junho, p. 12.
[239] Céu e Silva, J. (2011) "Morrer é… simplesmente natural", *Diário de Notícias*, 19 de junho, pp. 2-3.

jornalístico define ainda o escritor como um "ser humano que assumia compromissos que não tinha problemas em denunciar, em chamar as coisas pelos nomes"[240]. Ambos os exemplos denotam um conhecimento próximo do Nobel da Literatura.

O Jornal de Notícias também utiliza alguns adjetivos, de que são exemplos citações presentes nas suas biografias. O escritor é descrito como tendo "imenso talento"[241] e como sendo "controverso, polémico, desassombrado, frontal" e possuidor de um "estatuto de figura maior das letras"[242]. O texto define-o ainda como tendo "mais de genialidade do que de verdadeira polémica"[243] e como o "mais reconhecido autor português contemporâneo"[244]. Quanto às marcas de subjetividade, o jornal utilizou frases como "Dom Quixote dos tempos modernos"[245], salientando que Saramago "terá mais de genialidade do que de verdadeira polémica"[246]. Ainda de destacar o excerto: "a notícia ainda soa a falso, e já a sua morte deixa saudade"[247].

4.18 António Feio

António Jorge Peres Feio nasceu a 6 de dezembro de 1954, em Lourenço Marques, e veio viver para Lisboa quando tinha sete anos de idade. Quando o Teatro Experimental de Cascais necessitou de crianças para fazer a peça de Miguel Torga, "O Mar", António Feio foi o escolhido, estreando-se assim nas artes cénicas a 6 de maio de 1966, com 12 anos de idade. Nesse mesmo ano contracenou com Ruy de Carvalho, no filme "Viajante sem Bagagem".

Seguiram-se outras peças e, no final dos anos 60, António Feio começa a fazer o folhetim "Gente Nova", na RTP, em que interpretava o personagem Luisinho.

Em 1974 a companhia Laura Alves decide fazer uma digressão por Moçambique, com a peça "Comprador de Horas" e António Feio é integrado na digressão. Após o 25 de Abril o jovem reingressou no Teatro Experimental de Cascais e, mais tarde, formou a companhia Aquarius, juntamente com Fernando Gomes.

---

[240] Vale, M. L. (2011) "Espanha está órfã de 'gigante'", *Diário de Notícias*, 19 de junho, p. 21.
[241] Almeida, S. (2011) "A imortalidade segundo Saramago", *Jornal de Notícias*, 19 de junho, p. 36.
[242] Martins, P. (2011) "Militante comunista nem sempre alinhado", *Jornal de Notícias*, 19 de junho, pp. 42-43.
[243] "Património da humanidade" (2011), *Jornal de Notícias*, 19 de junho, pp. 44-45.
[244] Simões, P. O. (2011) "Lugar cativo ao lado dos grandes", *Jornal de Notícias*, 19 de junho, p. 46.
[245] Almeida, S. (2011) "A imortalidade segundo Saramago", *Jornal de Notícias*, 19 de junho, p. 36.
[246] "Património da humanidade" (2011), *Jornal de Notícias*, 19 de junho, pp. 44-45.
[247] *Idem*.

António Feio tinha entretanto travado conhecimento com o ator Francisco Nicholson e, pela mão dele, foi chamado para o elenco da novela portuguesa "Vila Faia", à qual se seguiu a produção "Origens", em 1983. No Teatro da Comuna António Feio conheceu outro ator, José Pedro Gomes, e começou a interessar-se pela encenação de espetáculos. A dupla estreia-se no programa de televisão "Clubíssimo", de Joaquim Letria, no ano de 1988, com sketches escritos por Nuno Artur Silva. José Pedro Gomes e António Feio estreiam-se nos palcos no ano de 1993 com a peça "Inox-Take 5", seguindo-se, um ano depois, "O Que Diz Molero".

No início dos anos 90 António Feio e José Pedro Gomes tinham conhecido Paulo Dias, da produtora UAU, e começam a delinear o que viria a ser a "Conversa da Treta". Tendo estreado no ano de 1997, o espetáculo, a primeira produção em teatro da UAU, esteve em cena 13 anos. No cinema António Feio integrou o elenco de "Sorte Nula", em 2004, e protagonizou "Filme da Treta", em 2006, ao lado de José Pedro Gomes.

Em março de 2009 António Feio descobriu que estava doente, quando lhe foi diagnosticada a variante normal dos tumores no pâncreas, adenocarcinoma. Em 2010 António Feio foi condecorado com a comenda da Ordem do Infante D. Henrique pelo Presidente da República, Cavaco Silva. No dia 2 de julho desse ano morreu, com 55 anos de idade, vítima do cancro contra o qual lutava há vários meses[248].

Foram analisadas 42 edições referentes à morte de António Feio, onde se incluem os onze dias após a sua morte – 30 de julho a 9 de agosto de 2010 – e as efemérides de um mês (29 de agosto de 2010), seis meses (29 de janeiro de 2011) e um ano (29 de julho de 2011).

4.18.1 Primeiras páginas

A morte de António Feio foi referenciada no dia seguinte, 30 de julho de 2010, nas primeiras páginas do Correio da Manhã e do Diário de Notícias.

O Correio da Manhã (Ilustração 18) faz uma pequena chamada na orelha lateral superior esquerda, com uma imagem de António Feio, acompanhada pelo título: "Última hora: António Feio morre aos 55 anos".

No Diário de Notícias (Ilustração 18), a morte de António Feio é a foto de capa. O jornal utiliza uma fotografia do ator e escolhe o título "António Feio, o actor que riu até ao fim".

[248] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.18.1.

O Jornal de Notícias (Ilustração 18) não referenciou o tema, nem na sua capa nem na edição do dia seguinte à morte do ator, talvez devido à hora do falecimento: às 23h40 do dia anterior.

Ilustração 17 – Primeiras páginas: António Feio



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 30 de julho de 2010.

Após noticiar a sua morte, o Correio da Manhã faz uma chamada de primeira página, de duas colunas, no dia do funeral de António Feio. No dia a seguir ao funeral, o periódico escolhe uma foto de capa.

O Diário de Notícias não mencionou o funeral do ator na sua capa, nem no próprio dia, nem no dia seguinte.

Por sua vez, o Jornal de Notícias, que havia falhado a notícia sobre o falecimento do ator, faz uma foto de capa no dia 31 de Julho, com a imagem do encenador e o título "Até sempre, António Feio". No dia a seguir ao funeral o tema não figurou na primeira página.

Da análise dos destaques de capa dos três jornais deparamo-nos, antes de mais, com o efeito provocado pelo facto de António Feio ter falecido numa hora problemática, de fecho de edição. A hora da sua morte fez com que o Jornal de Notícias já não tivesse conseguido incluir o acontecimento na sua edição, levou o Correio da Manhã a incluir uma pequena chamada junto ao cabeçalho, sendo o Diário de Notícias o único jornal que conseguiu e considerou proceder a mudanças editoriais mais significativas de última hora.

Outra das conclusões que retiramos das opções editoriais dos periódicos prende-se com os acontecimentos paralelos que merecem mais destaque do que a própria morte. Assim, o

Correio da Manhã faz uma chamada de António Feio no dia do funeral, mas o facto em destaque prende-se com a coincidência de o ator ter morrido no dia de anos da filha e não com as exéquias. Além disso, em pós-título encontramos referência à doença que vitimou António Feio e que terá sido responsável pela perda de 15 quilos nos últimos meses de vida. Este tratamento impressionista e sensacionalista leva-nos a acreditar que o caso só figura na primeira página porque se reveste de contornos que tocam o drama (morre no dia de anos da filha e a doença levou-o a perder 15 quilos), sinal de que o valor-notícia morte, já por si sinónimo de uma forte noticiabilidade, pode ser adensado e explorado pela busca da negatividade acerca das circunstâncias em que ocorre.

4.18.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu à morte de António Feio, 30 de julho de 2010, o Jornal de Notícias, como já foi referido, não publicou qualquer informação sobre o acontecimento. Os outros dois jornais dedicaram um total de seis páginas ao acontecimento, consubstanciadas em 20 artigos e 17 imagens.

O Correio da Manhã ocupou duas páginas inteiras com a morte de António Feio, além da capa da edição do dia seguinte ao falecimento do ator. Registámos nove artigos – quatro foto-legendas, duas breves, duas biografias e vozes – e nove fotografias.

O Diário de Notícias também ocupa duas páginas inteiras com o tema, além da sua capa. No interior identificámos oito artigos e oito fotografias. Os géneros jornalísticos são a foto-legenda (seis), vozes (uma) e biografia (uma).

No que diz respeito ao tratamento dos dois jornais relativamente ao falecimento de António Feio, podemos considerar que a extensão biográfica do Diário de Notícias é maior e que o Correio da Manhã, optando este último por focar mais a componente pessoal e familiar do ator. Ainda assim, ambos se referem de forma direta à doença que vitimou António Feio, até porque o próprio falou várias vezes em público sobre o assunto.

4.18.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguiram à notícia da morte de António Feio, 31 de julho a 9 de agosto de 2010, os três jornais analisados referenciaram o ator em 16 páginas, escreveram 29 notícias e publicaram 61 fotografias.

O Correio da Manhã referenciou António Feio em oito páginas, das quais duas são capas das edições que se seguiram ao velório e ao funeral do ator. Falamos de 1,52% das dez edições analisadas. Ao todo o jornal publica 41 fotografias e 17 artigos, todos concentrados nos dois dias após ter sido noticiada a morte do ator. O género predominante é a breve (dez), havendo ainda recurso a notícias (três), cronologias (duas), vozes (uma) e biografia (uma).

O Diário de Notícias referenciou António Feio em quatro páginas, todas no interior do jornal, no período em análise, o que representa 0,68% das edições. Nenhuma das cerimónias fúnebres figurou na primeira página do jornal. Ao todo, foram publicados sete artigos – três artigos de opinião, duas notícias, uma breve e vozes – e 11 fotografias.

O Jornal de Notícias colocou o nome de António Feio em quatro das suas páginas, uma das quais é a capa do dia do funeral. Falamos de 0,54% das suas dez edições. Ao todo foram publicados cinco artigos – duas vozes, uma notícia, uma reportagem e uma biografia – e sete fotografias.

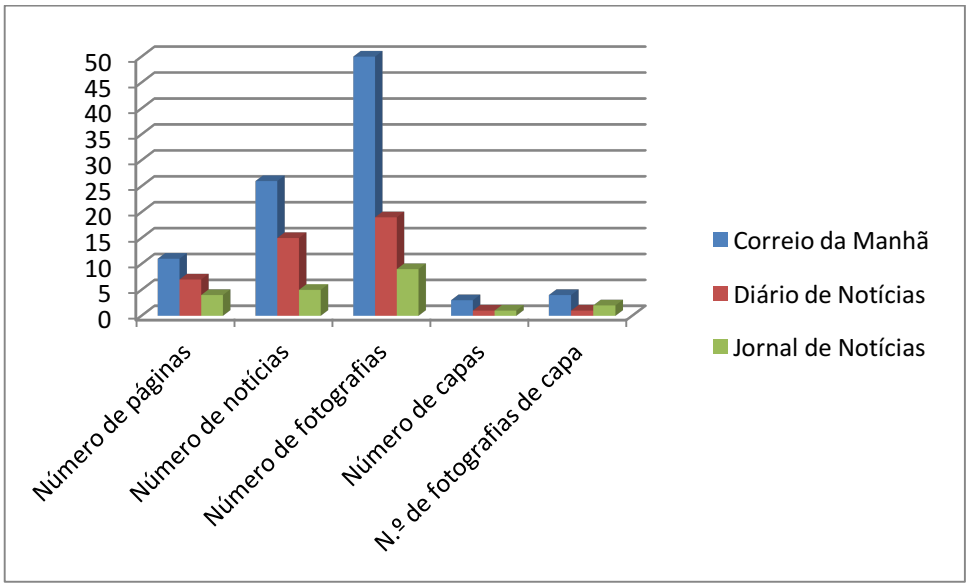
Nos onze dias após a morte de António Feio (Gráfico 43), concluímos que o Correio da Manhã foi o jornal que dedicou mais espaço ao acontecimento, na medida em que as notícias sobre o ator figuraram em 1,90% do total de páginas das suas edições. Esta percentagem é de 1,07% no caso do Diário de Notícias e de apenas 0,54% no que toca às onze edições analisadas do Jornal de Notícias. Este último foi o periódico que dedicou menos atenção ao caso, não só por ter falhado a notícia da morte, no dia seguinte, mas também porque após o funeral não escreveu mais nada sobre a personalidade. De facto, o Jornal de Notícias não noticiou a morte de António Feio no dia seguinte, mas ainda assim, quando fala do tema na edição a seguir, não o faz como se fosse a primeira vez. Assim, passados dois dias da sua morte, a notícia publicada centra-se no velório e, na segunda metade do texto, recorda a doença que vitimou o ator e os últimos meses de vida.

De notar que nenhum dos jornais dedicou o seu editorial à morte de António Feio e só o Diário de Notícias publicou artigos de opinião acerca do ator, ainda que fossem todos da autoria de jornalistas da casa. A ausência de artigos assinados por leitores pode denotar a menor importância que António Feio assumiu para a sociedade, quando comparado com outras personalidades como Amália, ou então é sinal de uma desvalorização do próprio jornal, que opta por não publicar essas cartas em detrimento de outras que focam assuntos

considerados mais relevantes. Ainda no campo dos géneros jornalísticos, só o Jornal de Notícias relatou o funeral através de uma reportagem. O Correio da Manhã e o Diário de Notícias pareceram-nos mais preocupados em divulgar a lista de figuras públicas presentes e em dar-lhes voz, do que em descreverem o ambiente vivido. No que diz respeito ao Correio da Manhã, o predomínio do género breve, tal como já tinha acontecido noutros casos, serve também para destacar factos paralelos, tal como já referimos. Na realidade, a maioria das breves publicadas no âmbito do velório e do funeral de António Feio no Correio da Manhã centram-se em particularidades pouco relevantes e em detalhes que entram na esfera privada de António Feio ou que podem dar azo a isso. O Correio da Manhã publica, por exemplo, as mensagens deixadas no facebook pelos seus entes queridos, a paixão de António Feio por carros, patente no facto de a sua filha ter conduzido o Porsche do pai para o funeral, a ausência da ex-namorada do ator do seu funeral e o facto de a família se ter recusado a prestar declarações à comunicação social.

Ainda no âmbito do conteúdo publicado, parece-nos também digno de nota o facto de todos os jornais terem dado tanto destaque à causa da morte: um cancro no pâncreas. O Correio da Manhã chegou até a incluir uma peça com um médico sobre esta temática e todos os periódicos falaram abertamente da doença, legitimados pelo facto de o próprio António Feio não só nunca a ter escondido, como, aliás, a ter mencionado várias vezes em entrevistas. Como já aqui referimos, parece-nos que esta atitude da personalidade abriu caminho aos jornais para substituir o habitual eufemismo utilizado nos casos de morte por cancro, a que se referem como morte após doença prolongada, pelo nome da doença dito e tratado abertamente.

Gráfico 43 – António Feio: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.18.4 As efemérides

No que diz respeito às efemérides, apenas o Correio da Manhã assinalou uma delas: o primeiro ano após a morte de António Feio. A ausência de referências a António Feio nas datas em que se assinala a sua morte, é um sinal da menor importância que o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias atribuíram ao desaparecimento do ator.

O Correio da Manhã ocupou a quase totalidade de uma página, com duas notícias e três fotografias. Refere uma peça que vai estrear com Miguel Guilherme e Bruno Nogueira, recordando brevemente a dupla de António Feio e José Pedro Gomes. Além disso, referencia o facto de ainda não ter sido encontrado, pela família, um espaço de homenagem dedicado ao ator.

4.18.5 As imagens

Os três jornais publicaram um total de 78 imagens junto dos artigos que noticiaram a morte de António Feio.

O Correio da Manhã publicou 50 imagens, todas nas três edições após a morte de António Feio. Destas, 28 são retratos do ator e 20 retratam o ambiente das cerimónias fúnebres e, sobretudo, os familiares e figuras públicas presentes.

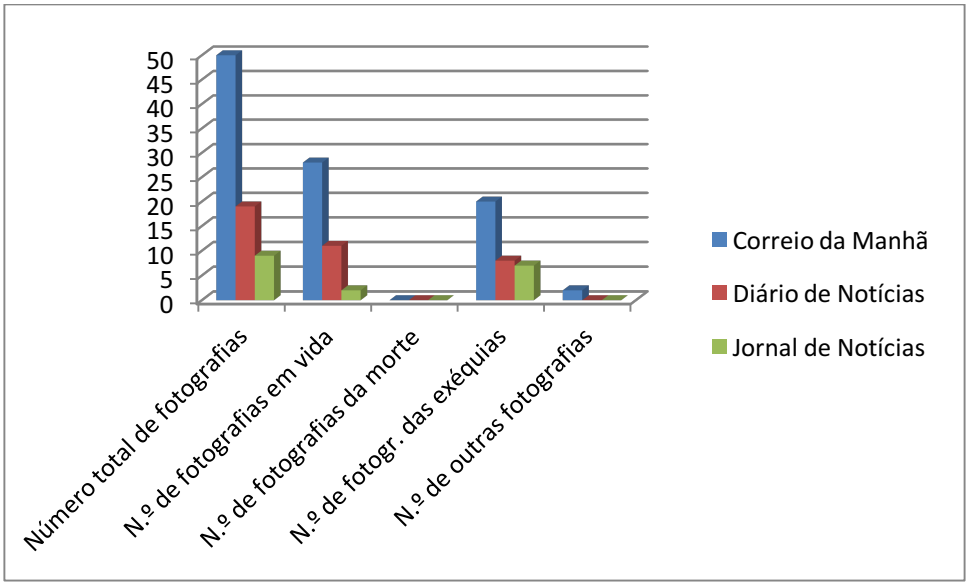
O Diário de Notícias colocou 19 fotografias nas edições em que referenciou António Feio. Contabilizámos 11 retratos do ator, um deles uma imagem de Feio ainda criança. As restantes oito fotografias mostram as personalidades presentes no funeral.

O Jornal de Notícias escolheu nove imagens para colocar nas suas edições. Apenas duas são de António Feio. As restantes sete mostram as cerimónias fúnebres e as pessoas presentes.

O Correio da Manhã destaca-se por publicar a maioria das imagens e o Jornal de Notícias foi quem deu menos espaço à imagem, conclusões em consonância com a quantidade de material publicado em cada um dos jornais (Gráfico 44).

Do ponto de vista da imagem, o funeral de uma figura pública é tratado pelos meios de comunicação social como qualquer outro evento que reúna um grande número de personalidades. Esta parece-nos ser uma tendência dos anos 2000 e teve grande expressão com o funeral de António Feio. Das 78 imagens publicadas pelos três jornais analisados na cobertura da morte de António Feio, 35 mostram as figuras públicas presentes nas cerimónias fúnebres em honra do ator. Mais de 44% das fotografias foram publicadas com o propósito de mostrar ao leitor quem foram as pessoas presentes nos eventos, sinal claro de que o velório e o funeral são tratados como eventos sociais.

Gráfico 44 – António Feio: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.18.6 Marcas de subjetividade

O Correio da Manhã descreve António Feio numa notícia como um "actor de talento e coragem", que encarnou "uma das mais brilhantes carreiras do teatro português" e dono de um "estilo próprio e inimitável"[249].

O Diário de Notícias, por sua vez, diz que o ator "não sabia cozinhar. Tinha bom feitio" e era "um tipo porreiro", sinal claro de uma proximidade que se traduz no conhecimento de características pessoais da sua vida mais íntima. Além disso, nessa mesma notícia, o jornalista diz que "é dessa persistência, no teatro e na vida, que nos iremos lembrar"[250], mais um exemplo que denota a voz do jornalista e um conhecimento próximo de quem era António Feio.

A utilização de verbos no plural, a mostrar uma partilha no pesar e na perda, também tem eco numa notícia publicada pelo Jornal de Notícias. O jornalista classifica António Feio como "um artista talentoso" e acrescenta: "honrar esse optimismo e persistência será a melhor forma de o homenagearmos"[251].

A adjetivação está presente nas edições analisadas, assim como outras marcas de subjetividade. Ainda assim, e comparativamente com outras figuras e com anos anteriores, os exemplos encontrados são em muito menor escala.

4.19 Angélico Vieira

Sandro Milton Vieira Angélico nasceu a 1 de janeiro de 1983 na Maternidade Alfredo da Costa, em Lisboa. Aos 17 anos ingressou como modelo na agência DXL, onde, por já existir um modelo chamado Sandro, sugeriram que adotasse como nome artístico Angélico Vieira, aproveitando os seus apelidos.

No final de 2002 a agência de modelos DXL propõe o nome de Angélico para o casting da série juvenil "Morangos com Açúcar", que iria estrear em agosto de 2003 na TVI. Angélico Vieira estreou-se na televisão em 2003 na pele de David, personagem dos Morangos com Açúcar, e um dos membros da banda D'zrt, que nasceu no seio da ficção e

[249] Ribeiro, A. M. (2010) "Um adeus a António Feio: actor de talento e coragem", *Correio da Manhã*, 30 de julho, p. 26.
[250] Caetano, M. J. (2010) "António Feio: 'se Pudesse matava o bicho a rir'", *Diário de Notícias*, 30 de julho, pp. 32-33.
[251] Pereira, C. e Vitória, A. (2010) "Familiares e amigos unidos no tributo a António Feio", *Jornal de Notícias*, 31 de julho, pp. 58-59.

rapidamente transitou para os palcos. O grupo era constituído por Angélico Vieira, Paulo Vintém, Edmundo Vieira e Vítor Fonseca e foi formado em 2004.

Também em 2005 os D'zrt lançam o dvd "Ao vivo no Coliseu dos Recreios" e no ano seguinte sai o segundo álbum de estúdio, "Original". A banda anunciou o seu final em 2007, mas a interrupção durou apenas um ano e meio. Em 2009 gravam o dvd "A Despedida", que continha o último concerto do grupo, gravado no Pavilhão Atlântico, e nesse mesmo ano juntam-se para lançar o álbum "D'zrt Project". A banda viria a terminar oficialmente no ano de 2010.

A 29 de setembro de 2008, durante a interrupção dos D'zrt, Angélico lançou-se a solo com o disco homónimo, que foi disco de ouro no dia do lançamento.

Em 2006 Angélico estrou-se no cinema, no filme "20,13", de Joaquim Leitão. Entre outubro de 2006 e setembro de 2007 Angélico integrou o elenco da telenovela da TVI "Doce Fugitiva".

No dia 25 de junho de 2011 Angélico Vieira sofreu um acidente na autoestrada, entre o Porto e Lisboa, após o rebentamento do pneu do carro que conduzia, causando a morte a outro dos ocupantes. Após quatro dias em coma, no Hospital de Santo António, no Porto, o óbito foi declarado às 15h00 do dia 28 de junho de 2011. Tinha 28 anos.

Após a sua morte desenrolou-se um longo processo que correu os tribunais em redor do que teria causado a sua morte. As perícias concluíram que o rebentamento de um pneu causou o despiste do veículo que circulava a cerca de 230 quilómetros por hora[252].

Foram consideradas 42 edições na análise da cobertura da morte de Angélico Vieira. Incluímos os onze dias após a sua morte, de 29 de junho a 9 de julho de 2011, e as efemérides de um mês (28 de julho de 2011), seis meses (28 de dezembro de 2011) e um ano (28 de junho de 2012).

4.19.1 Primeiras páginas

No dia a seguir à confirmação da morte de Angélico Vieira, 29 de junho de 2011, o assunto foi capa dos três jornais analisados.

[252] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.19.1.

O Correio da Manhã (Ilustração 18) faz manchete com a morte de Angélico, com seis colunas dedicadas ao cantor, logo abaixo do cabeçalho, e ocupando quase toda a primeira metade da capa. O jornal utiliza três fotografias: uma do cantor, outra dos fãs chorando e empunhando um cartaz e ainda outra do seu pai abandonando o hospital. O título escolhido foi "Traído pela morte na flor da vida", sendo que a imagem do pai de Angélico é ainda acompanhada pela legenda "Pai abandonou o St.º António ao final da tarde num carro da PSP". Nesta primeira página o jornal destaca ainda factos que considerou relevantes: os pais assistiram aos últimos momentos de Angélico através de um vidro, o óbito oficial foi declarado às 23h40 e a mãe opôs-se à doação dos seus órgãos.

O Diário de Notícias (Ilustração 18) faz foto de capa com a notícia da morte de Angélico, colocando uma imagem do ator na sua primeira página, junto do título "Morte de Angélico anunciada às 23.40", seguido de um texto introdutório em que destaca a confirmação da morte, a decisão da família para que os órgãos sejam doados e a vigília de familiares e amigos à porta do hospital.

No Jornal de Notícias (Ilustração 18) a opção também foi uma foto de capa, esta maior do que a utilizada pelo Diário de Notícias. O jornal colocou a imagem de Angélico e o título "Morreu o ídolo da geração Morangos". Em antetítulo diz apenas "Hospital declara óbito de Angélico".

Ilustração 18 – Primeiras páginas: Angélico Vieira



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 29 de junho de 2011.

O velório de Angélico motivou uma das cinco capas do Correio da Manhã com referências ao ator: uma manchete no dia após o velório, foto de capa no dia após o funeral, uma

chamada na capa do dia seguinte, nova chamada no dia 6 de agosto e, onze dias depois da sua morte, Angélico Vieira volta a ser manchete no Correio da Manhã, desta vez pelo facto de estar a ser investigado o acidente que causou a sua morte.

O Diário de Notícias não voltou a mencionar o tema na sua primeira página mas, no Jornal de Notícias, o velório de Angélico mereceu uma foto de capa no dia seguinte. Quanto ao funeral, foi veiculado na primeira página do dia seguinte através de uma chamada a uma coluna.

A morte de Angélico Vieira nas primeiras páginas dos três jornais analisados assume uma clara prevalência do tema no Correio da Manhã e um menor destaque no Diário de Notícias. No entanto, aquilo que merece realce é o conteúdo dos títulos e pós-títulos que acompanham os destaques do acontecimento. O Correio da Manhã fez seis capas com a morte do cantor e em todas procurou um ângulo emocional, quer nas imagens escolhidas, que mostram os familiares devastados e os fãs a chorar, quer nos títulos e pós-títulos, que destacam a doação de órgãos, a cremação e a investigação do acidente que vitimou Angélico. No dia após o funeral, por exemplo, os pós-títulos destacam a mãe em estado de choque, as lágrimas de Rita Pereira e o facto de o pai receber o pote com cinzas do filho. Já o Jornal de Notícias, que colocou o tema em três das suas capas, optou por um ângulo semelhante, sobretudo após o velório e o funeral. Neste caso são sobretudo os títulos e pós-títulos que remetem para um tratamento sensacionalista do tema. Escolher como título "Angélico de branco em urna aberta" e colocar no pós-título que ele será cremado sem órgãos e com chapéu parece-nos uma estratégia de espectacularização em torno da morte do cantor. O mesmo se confirma no dia seguinte, quando o jornal refere que até o padre chorou no funeral.

4.19.2 O dia seguinte

No dia seguinte à morte de Angélico Vieira, 29 de junho de 2011, as referências ao ator foram feitas em 13 páginas dos três jornais analisados, onde se incluem 36 notícias e 48 fotografias.

O Correio da Manhã ocupa cinco páginas com a morte de Angélico Vieira, quatro das quais são inteiramente preenchidas com 21 imagens e dez peças: sete breves, uma notícia, uma biografia e vozes.

A cobertura que o Diário de Notícias fez da morte de Angélico Vieira traduz-se em três páginas, uma das quais é a capa. No interior do jornal encontramos duas páginas inteiras, de onde constam sete imagens e seis artigos: três breves, uma notícia, uma reportagem e uma caixa de vozes.

O Jornal de Notícias dedica quatro páginas inteiras ao falecimento de Angélico, às quais se soma a capa da edição do dia. O periódico publicou 13 artigos: cinco breves, quatro notícias, duas vozes, uma reportagem e uma biografia.

O Jornal de Notícias e o Correio da Manhã dedicaram um espaço equivalente ao acontecimento e o Diário de Notícias foi quem fez a cobertura menos extensa. O dia após a morte de Angélico Vieira não colheu os jornais de surpresa. O acidente sofrido quatro dias antes e o seu estado de saúde faziam antever o desfecho. Assim, e apesar de o anúncio oficial datar das 23h40 do dia anterior, os jornais já estavam à espera da notícia, motivo pelo qual todos publicaram notícias ou reportagens à porta do hospital.

O tratamento noticioso da morte de Angélico reveste-se ainda de alguma componente de espectacularização e drama. O facto de o cantor estar muito exposto aos meios de comunicação social e ter protagonizado um namoro mediático com a também atriz Rita Pereira, a par com o seu falecimento ainda jovem num trágico acidente de carro, ajuda a explicar o tratamento sensacionalista e a prevalência de informação-espetáculo presentes, nomeadamente, no Correio da Manhã e no Jornal de Notícias. O Correio da Manhã, por exemplo, destaca pormenores como o facto de a namorada de Angélico ter desmaiado no corredor ao saber da morte. Falamos de um caso em que, além da própria morte do cantor, foi também notícia o acidente que o vitimou, num carro emprestado e sem seguro.

4.19.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguiram à notícia da morte de Angélico Vieira, 30 de junho a 9 de julho de 2011, os periódicos em análise referenciaram a personalidade em 38 páginas, 67 artigos e 127 imagens.

O Correio da Manhã foi o jornal que dedicou mais atenção à morte de Angélico Vieira nos dez dias após ter dado a notícia da sua morte. O periódico ocupou 22 páginas com o acontecimento e consequentes desenvolvimentos, cinco das quais são primeiras páginas. Falamos de 4,1% do total das suas páginas. Ao longo das dez edições aqui analisadas, o

periódico escreveu 39 artigos, entre as quais estão 26 breves, nove notícias, duas vozes, um artigo de opinião e uma entrevista.

No Diário de Notícias as referências a Angélico Vieira, nos dez dias após ter sido noticiada a sua morte, estão em oito páginas do interior de quatro edições. Os números representam 1,36% das páginas das dez edições do jornal. O número de páginas ocupadas traduz-se em 22 imagens e 12 artigos: quatro notícias, quatro breves, duas entrevistas, uma reportagem e um artigo de opinião.

O Jornal de Notícias referenciou o cantor em oito páginas durante o período em análise, ou seja, 1,24% destas dez edições. Destas páginas, duas correspondem às capas dos dias a seguir ao velório e ao funeral. O periódico referenciou o cantor em 11 artigos – cinco breves, duas notícias, duas reportagens e uma entrevista – e publicou 15 imagens.

A cobertura do Correio da Manhã foi a mais ampla de todos os jornais, enquanto o Diário de Noticias foi quem deu menos atenção ao caso (Gráfico 45). O Correio da Manhã ocupou 4,68% das páginas das onze edições após o ator ter falecido com este tema. Em sentido oposto, o Diário de Notícias referenciou o acontecimento em 1,71% das páginas das suas edições e, no meio dos dois jornais, mas mais próximo deste último, temos o Jornal de Notícias com 1,71% de espaço ocupado. Para além de ter sido aquele que relatou o acontecimento em maior número de páginas, o Correio da Manhã também se diferenciou no conteúdo, focando temas emotivos, apelando à sensibilização com textos e imagens sobre o sofrimento dos pais e amigos de Angélico Vieira e dado relevo a pormenores de menor importância. O jornal explora a polémica entre a sua namorada, Anita Costa, que nunca foi oficializada, e a sua ex-namorada, a atriz Rita Pereira, que acompanhou os pais de Angélico e acabou por assumir o papel de "viúva" para os jornais. O jornal chega mesmo a publicar uma notícia intitulada "Rita Pereira substitui Anita". Outros pormenores da vida de Angélico têm destaque no periódico, como por exemplo o facto de na véspera do acidente ter salvado um gato de ser atropelado.

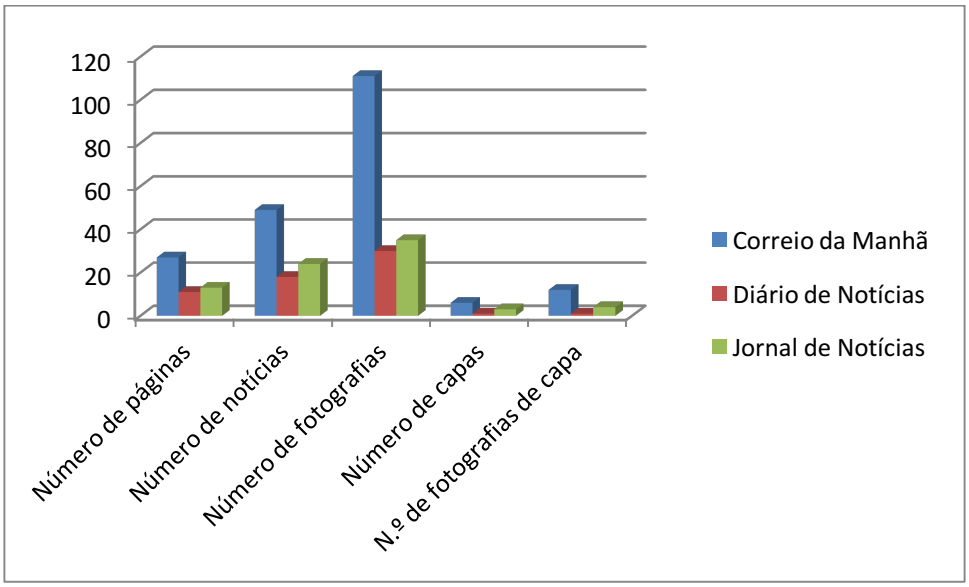
Não podemos deixar de recordar que o caso de Angélico Vieira congrega vários aspetos que podem justificar uma maior atenção mediática. Em primeiro lugar falamos da morte de uma celebridade que assumiu esse estatuto através da televisão e que tinha nos jovens a grande massa de fãs. Em segundo lugar, é preciso ter em conta que o cantor e ator sofreu um acidente de carro, na sequência do qual viria a morrer, com apenas 28 anos de idade.

Em terceiro lugar, é preciso considerar as próprias condições do acidente: Angélico era o condutor do veículo, outro dos ocupantes morreu, um sobreviveu sem sequelas e outra ficou em estado grave; o carro tinha sido emprestado por um stand de automóveis, seguia em excesso de velocidade, não tinha seguro, e na altura da morte do cantor acreditava-se que este seguia sem cinto de segurança. Em quarto e último lugar, a vida amorosa de Angélico Vieira estava também exposta ao mediatismo, pois ele viveu uma relação pública com a atriz Rita Pereira durante cinco anos e, segundo a atriz veio a relatar mais tarde, estavam a reconciliar-se quando se deu o acidente. A somar a isto existe ainda um terceiro elemento, Anita Costa, namorada não oficial de Angélico à data da sua morte, que nunca foi reconhecida como tal pela família.

Todos estes fatores acabam por ajudar a compreender a espectacularização em torno da morte de Angélico Vieira, sobretudo por parte do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias que, além de explorarem a vida da personalidade, deram muita importância à questão do acidente. No caso do Diário de Notícias é preciso notar que a notícia do velório e do funeral foram relegadas para segundo plano e que o destaque foi para a opinião de uma psicóloga sobre a morte de um ídolo e as receitas do disco que Angélico se encontrava a gravar. Em cada um dos três jornais houve um olhar mais aprofundado sobre temas espoletados pela morte de Angélico, que não são a morte em si. No caso do Diário de Notícias o exemplo acima mostra isso mesmo e no caso do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias foi a cobertura extensiva de homenagens, foram as reportagens com as fãs à porta do hospital, o destaque dado à cremação e à doação de órgãos e também, no caso do Correio da Manhã, o triângulo Rita/Angélico/Anita.

No que diz respeito aos géneros, a opinião está praticamente ausente, à exceção do Correio da Manhã, e o Diário de Notícias não publica qualquer biografia de Angélico Vieira. Além disso, a reportagem só é um recurso para descrever o velório e o funeral no caso do Jornal de Notícias. No que toca às vozes, presentes nos três jornais, muitas das pessoas ouvidas são as mesmas. É de realçar o facto de estas vozes não incluírem reações de personalidades oficiais do mundo da política. Ao contrário de outros casos em que, a par dos amigos e colegas de profissão, é dada voz aos representantes oficiais, como ministros, Chefe de Estado ou líder do Governo, no caso de Angélico nenhuma figura oficial teve voz nos jornais.

Gráfico 45 – Angélico Vieira: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.19.4 As efemérides

Apenas o Correio da Manhã assinalou uma das efemérides face à morte de Angélico Vieira. O periódico publicou uma notícia sobre o cantor no dia em que passava um mês do seu falecimento, mas não faz qualquer referência a esta data. O conteúdo da notícia fala sobre um livro biográfico que o Correio da Manhã se preparava para editar, como forma de homenagear Angélico.

4.19.5 As imagens

Os três periódicos publicaram 176 fotografias junto dos artigos referentes ao desaparecimento de Angélico Vieira.

O Correio da Manhã colocou um total de 111 fotografias nas suas páginas. Destas, apenas 27 são retratos de Angélico. A maioria (47) são imagens das cerimónias fúnebres (velório, funeral, homenagens e missa de sétimo dia) e mostram, sobretudo, as figuras públicas presentes e os rostos de dor dos familiares do ator. Além disso, o jornal publica várias fotografias do acidente de que Angélico foi vítima, bem como dos outros ocupantes do carro. O dia-a-dia da atriz Rita Pereira, após o falecimento do ex-namorado, também motiva algumas das imagens.

O Diário de Notícias escolheu 30 imagens para colocar nas suas páginas e apenas duas são retratos de Angélico Vieira. Do total, 22 são fotografias do velório, funeral e missa de

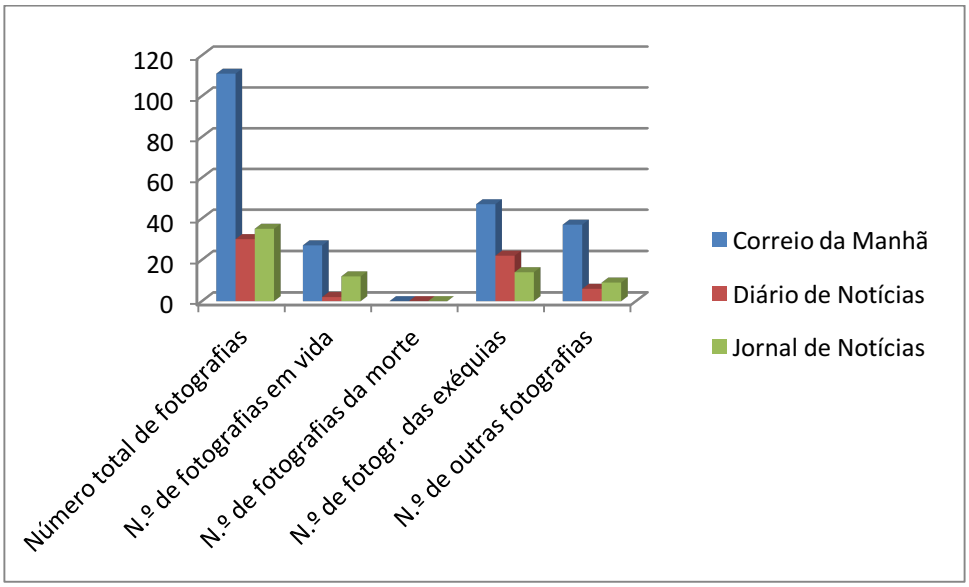
sétimo dia e retratam, maioritariamente as pessoas presentes nas cerimónias e os rostos de pesar que marcaram estes eventos.

Quanto ao Jornal de Notícias, do total de 35 imagens publicadas pelo periódico no âmbito da morte da personalidade, 12 são retratos de Angélico Vieira e 14 mostram as exéquias (velório e funeral) e as homenagens feitas ao cantor.

O Correio da Manhã foi quem utilizou mais imagens e o Diário de Notícias foi o jornal que deu menos importância às fotografias (Gráfico 46). De destacar, no Diário de Notícias, o facto de apenas terem sido publicados duas imagens da personalidade.

À semelhança do que já havíamos notado no caso do ator António Feio, também o velório e o funeral de Angélico Vieira foram assumidos como eventos sociais que reúnem no mesmo espaço outras figuras públicas. Esse facto justifica a prevalência da imagem nos jornais, preocupados em publicar as fotografias de todas as personalidades presentes no evento e procurando, como ângulo privilegiado, os rostos de dor. Das 176 fotografias publicadas pelos três jornais, 81 são retratos das figuras públicas presentes nas exéquias e da massa de anónimos que marcou presença. O Correio da Manhã e o Jornal de Notícias chegam até a publicar imagens de fãs desmaiados e outros a sentirem-se mal durante os eventos. Parece-nos óbvia esta dimensão voyeurista do funeral, que os periódicos intensificam mostrando os rostos de dor e procurando relatar ao detalhe todos os momentos, substituindo-se assim ao leitor, que não tendo estado presente, acaba por se tornar parte do acontecimento e ser confrontado com os rostos de dor fotografados.

Gráfico 46 – Angélico Vieira: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.19.6 Marcas de subjetividade

O Correio da Manhã utiliza a palavra "estrela"[253] para se referir ao cantor e define-o como "um verdadeiro exemplo para várias crianças e adolescentes"[254], "um dos meninos de ouro do panorama artístico nacional"[255] e um "conquistador de corações"[256].

O Diário de Notícias utiliza apenas a expressão "ídolo da tv"[257] para se referir a Angélico Vieira.

Por sua vez, o Jornal de Notícias não conta com nenhum adjetivo em nome próprio, mas utiliza duas expressões que denotam alguma subjetividade e pesar: "ouvida em silêncio notícia tão fria como a noite"[258] e "ao fundo do corredor, numa vitrina, uma foto do cantor, sorrindo, cuja luminosidade do por do sol provocava uma enorme aura, como se de um verdadeiro anjo se tratasse"[259].

[253] "Estrelas não morrem" (2011) *Correio da Manhã*, 29 de junho, p.5.
[254] *Idem*.
[255] V. N. (2011) "Cada noite numa discoteca podia render 15 mil euros", *Correio da Manhã*, 1 de julho, p. 7.
[256] "Biografia de um ídolo amado pelos fãs" (2011) *Correio da Manhã*, 28 de julho, p. 49.
[257] Valente, C. (2011) "Família e amigos choram a morte do ídolo da tv", *Diário de Notícias*, 29 de junho, p. 50.
[258] Soares, C. e Mota, D. (2011) "Ouvida em silêncio notícia tão fria como a noite", *Jornal de Notícias*, 29 de junho, p. 2.
[259] Ropio, N. M. (2011) "Um sorriso de anjo na vitrina ensolarada", *Jornal de Notícias*, 29 de junho, p. 4.

Nestes casos, não estamos só perante textos biográficos, mas também notícias e uma reportagem. Tal como já repetimos, as marcas de subjetividade encontram cada vez menos eco nos jornais à medida que avançamos nos anos. No caso de Angélico Vieira, subsistem escassos exemplos destas marcas de subjetividade.

4.20 Eusébio da Silva Ferreira

Eusébio da Silva Ferreira, ou simplesmente Eusébio, foi um jogador de futebol, considerado um dos melhores de todos os tempos, que ficou para a história com a alcunha de "Pantera Negra". Nascido em Lourenço Marques, a 25 de janeiro de 1942, a primeira vez que jogou à bola tinha 8 anos, num campo de terra no bairro da Mafalala.

Estreou-se, com 15 anos, nos juniores do Sporting Lourenço Marques, uma filial do Sporting, clube sediado em Lisboa. Aos 17 anos recebeu o convite para ir fazer um teste ao Sporting, mas a mãe não o deixou ir sem contrato assinado e foi o Benfica quem avançou o dinheiro e a garantia (Malheiro, 2012: p.31).

A 17 de dezembro de 1960, rumou a Lisboa e depois de uma batalha jurídica entre Sporting e Benfica, Eusébio estreou-se no Estádio da Luz a 23 de maio de 1961, um jogo particular frente ao Atlético e marcou o primeiro golo aos 11 minutos. No ano seguinte foi convocado para a Seleção Nacional. Na época de 61/62 Eusébio recebeu a alcunha de Pantera Negra, epíteto pela primeira vez utilizado por um jornalista inglês após um jogo entre Inglaterra e Portugal (Malheiro, 2012: p.61). Mais tarde haveria de ser apelidado de King pelo colega jugoslavo Filipovic, cognome que também carregou com ele durante grande parte da carreira.

O Mundial de 1966 ficou na história de Portugal e foi um marco para Eusébio. A Seleção Nacional apurou-se para a competição, com uma equipa que ficaria conhecida como "Os Magriços". A 13 de julho de 1966 em Inglaterra, no estágio de Old Trafford, frente à Hungria, Portugal estreava-se na competição da Europa com uma vitória por 3-1. Venceram os jogos seguintes frente à Bulgária, Brasil e Coreia do Norte, mas perdeu as meias-finais frente à Inglaterra. Portugal terminou em terceiro lugar e Eusébio sagrou-se o melhor marcador do mundial com nove golos (Malheiro, 2012: p.89).

Conhecido goleador, o jogador marcou 1137 golos, disputou 715 jogos com a camisola do Benfica e da Seleção Nacional (Malheiro, 2012: pp.93-95). O jogador tem ainda o recorde de títulos de campeão da I Divisão, tendo ganho o campeonato onze vezes, a Taça de

Portugal cinco vezes, a Taça de Honra da Associação de Futebol de Lisboa cinco vezes, um campeonato europeu de clubes. Ainda hoje mantém a posição como um dos dez melhores goleadores de sempre (Malheiro, 2012: p.97). Na Seleção Nacional atingiu 64 internacionalizações e foi capitão em 16 ocasiões.

Durante 23 anos, Eusébio venceu vários troféus, entre os quais a bola de ouro de 1965, somando 67 pontos. Foi eleito pela FIFA como um dos dez melhores jogadores de todos os tempos, venceu duas botas de ouro (em 1967/1968 com 42 golos e em 1972/1973 com 40 golos) e por sete vezes consecutivas conquistou a Bola de Prata. Recebeu ainda a Medalha de Prata da Ordem do Infante D. Henrique (1966), o Grande Colar do Mérito Desportivo (1981), a Ordem do Infante (1992), a Medalha de Ouro da Cidade de Lisboa (1992) e a Ordem de Mérito da FIFA (1994).

Já em final de carreira Eusébio jogou no Beira-Mar e no União de Tomar, bem como em vários clubes norte-americanos. Aposentou-se em 1979.

Morreu a 5 de Janeiro de 2014, com 71 anos de idade, vítima de uma insuficiência cardíaca. O corpo ficou em câmara ardente no Estádio da Luz, de onde saiu para ser carregado em volta do estádio. O cortejo fúnebre saiu do estádio ao som do hino nacional e foi acompanhado por milhares de pessoas e em direto nas televisões, para a Praça do Município, seguindo depois para a Igreja do Seminário, onde foi realizada a missa de corpo presente. Foi enterrado no cemitério do Lumiar[260].

Foram consideradas para análise 42 edições, referentes aos onze dias após a morte de Eusébio – 6 a 16 de janeiro de 2014 – e às efemérides de um mês (5 de fevereiro de 2014), seis meses (5 de julho de 2014) e um ano (5 de janeiro de 2015).

4.20.1 Primeiras páginas

No dia a seguir à morte de Eusébio, 6 de janeiro de 2014, todos os jornais ocuparam a maioria das suas capas com o acontecimento.

A primeira página do Correio da Manhã (Ilustração 19) fez manchete da morte de Eusébio. A fotografia do corpo do futebolista dentro do caixão, a ser chorado pela mulher, ocupa metade do espaço. A outra metade mostra a estátua de Eusébio coberta de cachecóis e várias pessoas em volta. O título escolhido foi "Adeus Rei" e segue-se um pós-título com

[260] Foram elaborados dados biográficos mais aprofundados. A este propósito ver Apêndice 1.20.1.

detalhes do conteúdo no interior do jornal. De realçar que o Correio da Manhã colocou dentro da manchete um conteúdo de caráter promocional: "CM oferece poster gigante de Eusébio".

O Diário de Notícias (Ilustração 19) dedicou toda a sua primeira página à morte de Eusébio. Na sua capa inteira, o jornal optou por colocar uma fotografia do atleta, quando ainda jogava futebol, com o título "Eusébio 1942-2014: O adeus à lenda". Na lateral da capa faz-se referência ao destacável de 24 páginas e aos temas que são abordados no âmbito da morte da personalidade; exéquias, luto nacional, biografia e opinião sobre a personalidade.

O Jornal de Notícias (Ilustração 19) dedicou a quase totalidade da sua capa a Eusébio, pelo que a consideramos na categoria de capa inteira. Este periódico também optou por uma imagem do jogador de futebol durante a sua vida ativa como atleta. O título escolhido foi "O Rei Amigo". A uma coluna do lado direito, o jornal colocou chamadas relativas a outros assuntos.

Ilustração 19 – Primeiras páginas: Eusébio da Silva Ferreira



Legenda: Primeiras páginas do Correio da Manhã, Diário de Notícias e do Jornal de Notícias de 6 de janeiro de 2014.

Nos dias que se seguiram, Eusébio figurou como manchete na capa do Correio da Manhã no dia após o funeral, no dia seguinte fez chamada de capa a propósito da retirada de cachecóis da sua estátua, quatro dias depois da sua morte motivou nova chamada a propósito da trasladação para o Panteão Nacional e no dia seguinte nova manchete, com a verba que a viúva iria receber do Benfica. Nesse mesmo dia, a primeira página tem ainda uma chamada com foto para o facto de a estátua de homenagem a Eusébio estar quase

pronta. A homenagem que a Assembleia da República fez a Eusébio justificou mais uma chamada na capa e a última manchete diz respeito à vitória do Benfica frente ao Futebol Clube do Porto, cujo título foi "Eusébio inspira liderança".

No dia a seguir ao funeral, o Diário de Notícias fez manchete das exéquias, fazendo também chamada de capa com a retirada dos cachecóis. Cinco dias depois de ter dado a notícia da sua morte, o Diário de Notícias faz uma foto de capa com a homenagem ao atleta no Parlamento e com as obras junto da estátua da personalidade.

No Jornal de Notícias o funeral de Eusébio motivou uma foto de capa, o mesmo destaque do dia seguinte a propósito da retirada dos cachecóis do espaço junto à estátua de Eusébio. Segue-se, a 11 de janeiro, nova foto de capa, com a referência à construção do memorial de Eusébio. Por último o periódico publica uma chamada na sua capa de 12 de janeiro, que não corresponde ao interior: o Jornal de Notícias faz uma chamada a uma coluna e quatro linhas, sete dias depois da morte de Eusébio, para um artigo de opinião sobre o craque, da autoria de Ferreira Fernandes. Acontece que esse artigo não só não foi publicado naquela edição do jornal, como em nenhuma das quatro edições seguintes, nem das edições anteriores.

Da análise do destaque que a morte de Eusébio mereceu nas primeiras páginas dos jornais, concluímos que houve um comportamento semelhante, ainda que o Correio da Manhã tenha somado o maior número de primeiras páginas com referência a este tema. A morte, o funeral, a retirada de cachecóis e a homenagem na Assembleia da República são os temas que os três jornais têm em comum nas suas capas. No entanto, o tratamento que deles fazem não é o mesmo. A retirada dos cachecóis, por exemplo, foi abordada pelo Diário de Notícias como medida de segurança contra o vandalismo, enquanto o Jornal de Notícias e o Correio da Manhã se limitaram a referir que os cachecóis dos outros clubes estavam a ser retirados. Trata-se de uma atitude deliberada por parte dos jornais, pois o clube já havia esclarecido que a decisão foi motivada por atos de vandalismo algo que, aliás, os periódicos escrevem no interior. A decisão de não colocar a justificação para a retirada dos cachecóis na capa parece-nos ter como objectivo polemizar o acontecimento, palavra que é, aliás, utilizada pelo Jornal de Notícias.

No caso da retirada dos cachecóis, bem como no caso do monumento que está a ser construído, é digno de nota o facto de o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias terem

utilizado as mesmas fotografias. Os jornais pertencem ao mesmo grupo empresarial e os seus fotojornalistas são contratados pela empresa denominada Global Imagens, onde ambos os títulos retiram as suas fotografias. Tal facto pode originar situações como esta, em que as fotografias são exatamente as mesmas.

Ainda de realçar os acontecimentos que mereceram um lugar nas primeiras páginas do Correio da Manhã e que não figuraram nas capas dos seus concorrentes. Desde logo, a questão da trasladação para o Panteão Nacional, que o Correio da Manhã apoia abertamente: não só fez manchete dessa eventualidade no dia após o funeral, como também faz uma chamada de capa acerca do consenso político em torno dessa possibilidade. Além disso, na sua primeira página do dia 8 de Janeiro publicita a campanha lançada pelo jornal: a criação de uma linha de valor acrescentado para angariar fundos para a trasladação do corpo de Eusébio para o Panteão. Outro dos temas dignos de capa para o Correio da Manhã, mas que não foi mencionado pelos outros dois jornais, prende-se com o dinheiro que a viúva de Eusébio passará a receber após a morte do marido. O último dos destaques de primeira página, também uma manchete, que não teve eco nos outros jornais prende-se com a vitória do Benfica frente ao Futebol Clube do Porto, com o enfoque no facto de ter sido o primeiro jogo dos encarnados após a morte de Eusébio.

4.20.2 O dia seguinte

No dia que se seguiu à morte de Eusébio, 6 de Janeiro de 2014, os jornais referenciaram a personalidade em 58 páginas, preenchidas com um total de 143 notícias e 215 imagens.

O Correio da Manhã referenciou Eusébio em 15 das suas páginas, ou seja, 28,8% do total da edição. Destas, 12 são páginas inteiramente dedicadas à morte do atleta. No total, o periódico publicou neste dia 53 peças e 75 imagens. Os géneros jornalísticos encontrados são 21 foto-legendas, 13 breves, seis vozes, quatro notícias, três cronologias, três artigos de opinião, duas biografias e um editorial.

O Diário de Notícias escreveu 34 páginas sobre Eusébio, no dia a seguir à sua morte, ou seja, 47,2% da edição daquele dia foi preenchida com 68 artigos e 106 imagens. De realçar que o periódico publicou um suplemento de 24 páginas sobre Eusébio. O género predominante é a foto-legenda (28), seguido das biografias (12), breves (11), artigos de opinião (seis), notícias (quatro), vozes (três), editorial (um), entrevista (uma), reportagem (uma) e cronologia (uma).

O Jornal de Notícias referencia Eusébio em nove das suas páginas, o que representa 19,5% da edição. O periódico publica 34 fotografias e 16 peças, cinco artigos de opinião, quatro vozes, três notícias, duas cronologias, uma biografia e uma breve.

O Diário de Notícias foi quem deu mais atenção ao acontecimento, enquanto o Jornal de Notícias ocupou o menor espaço com a morte de Eusébio. Se o Diário de Notícias escreveu quase metade das suas páginas sobre esse assunto, tendo aliás publicado um suplemento especial, o Jornal de Notícias não foi além dos 19,5% da sua edição. O Correio da Manhã situa-se a meio caminho entre os seus concorrentes. Em primeiro lugar parece-nos ser pertinente recordar que o Jornal de Notícias está sediado no Porto e que se assume como um jornal eminentemente do Norte. Por sua vez, embora Eusébio tenha um reconhecimento nacional, foi no Benfica que fez carreira. Talvez esta questão regional possa ajudar a explicar a menor atenção dada ao tema pelo Jornal de Notícias. Em segundo lugar, e mais uma vez, salta à vista a quantidade de informação publicada pelos jornais, tendo como referência um acontecimento que teve lugar na véspera. O Diário de Notícias, por exemplo, publicou um suplemento de 24 páginas sobre a carreira de Eusébio, em que, além dos textos biográficos, congrega um grande número de imagens de arquivo e uma cronologia que se estende por 19 páginas. Isto leva-nos novamente a salientar a antecipação da morte por parte da agenda jornalística. Poder-se-ia ter dado o caso de o Jornal de Notícias não ter esses textos de arquivo feitos e à espera de serem publicados, um facto já por si sintomático. Mas o facto de no dia seguinte não terem respondido com uma maior cobertura noticiosa indicia estarmos mesmo perante uma opção editorial.

Quanto aos géneros de opinião, de realçar que apenas o Jornal de Notícias não falou sobre Eusébio no seu editorial, o que reforça a ideia de que esta morte teve menos peso para o jornal do Norte do que para os seus concorrentes. No entanto, apesar de os outros dois terem referenciado Eusébio no seu editorial, no Correio da Manhã o tema principal foi a situação política atual, não obstante o texto abrir com um parágrafo onde se lamenta a perda de Eusébio. Ainda de notar a opção do Diário de Notícias em integrar artigos de opinião, apenas da autoria de jornalistas dos mais diversos meios de comunicação social. A ligação privilegiada entre o jornalismo e o desporto está bem patente nesta opção, sinal de que quem tem mais propriedade para falar e recordar um grande jogador de futebol são os jornalistas que com ele privaram, que acompanharam e escrutinaram a sua carreira e que testemunharam os momentos importantes da mesma.

Também nos parece digna de nota a utilização de foto-legendas para ajudar a relatar o percurso profissional da personalidade, por parte do Correio da Manhã e do Diário de Notícias. O facto de se tratar de alguém ligado ao desporto, área em que a imagem tem um papel fundamental, pode ajudar a justificar esta opção editorial dos jornais.

4.20.3 Os dez dias após a notícia da morte

Nos dez dias que se seguiram à notícia da morte de Eusébio, 6 a 16 de janeiro de 2014, os três jornais referenciaram o Pantera Negra em 139 das suas páginas. Publicaram 274 artigos e 223 imagens.

O Correio da Manhã referenciou Eusébio em 53 das suas páginas, nos dez dias após ter sido noticiada a sua morte, o que representa 10,8% das suas edições neste período. Aqui se incluem seis primeiras páginas. Nas dez edições aqui analisadas, contabilizámos 116 artigos e 74 imagens. Os géneros detetados são 52 breves, 19 artigos de opinião, 19 foto-legendas, 11 vozes, nove notícias, três editoriais, dois inquéritos e uma entrevista.

O Diário de Notícias referenciou Eusébio em 48 páginas, durante os dez dias após ter noticiado a morte do atleta, das quais três são primeiras páginas. Trata-se de 8,75% das páginas destas dez edições do jornal. Durante o período em análise o jornal publicou 89 fotografias e 86 artigos: 26 artigos de opinião, 24 breves, 16 foto-legendas, 14 notícias, seis vozes, três entrevistas, uma reportagem e uma cronologia.

Nos dez dias após dar notícia da morte de Eusébio, o Jornal de Notícias referenciou Eusébio em 38 páginas, quatro das quais foram capas do periódico. Os números representam 7,85% das páginas destas dez edições. Ao todo o Jornal de Notícias publicou 60 imagens e 72 artigos com referências a Eusébio. Os géneros jornalísticos predominantes são as breves (22), notícias (16), artigos de opinião (14), vozes (dez), cronologias (duas) e foto-legendas (duas).

Em relação aos onze dias após a morte de Eusébio (Gráfico 48), concluímos que o Diário de Notícias foi o jornal com a cobertura mais alargada, ocupando 13,2% do total das suas páginas com este tema. Muito próxima foi a cobertura do Correio da Manhã, que publicou 12,5% de páginas sobre o acontecimento. O periódico que fez a menor cobertura foi o Jornal de Notícias, onde 8,86% das páginas das suas onze edições contemplaram referências a Eusébio.

Houve notícias que tiveram destaques distintos nos diferentes jornais. Foi o caso do voto de pesar aprovado na Assembleia da República, que foi alvo de cobertura no local por parte do Correio da Manhã e do Diário de Notícias. Já o Jornal de Notícias escreveu apenas uma breve sobre o tema. Curiosamente a notícia da retirada dos cachecóis de clubes rivais do Benfica de junto da estátua de Eusébio, uma medida contra o vandalismo da qual todos os jornais deram nota nas suas capas, não foi além de uma breve no interior das edições do Correio da Manhã e do Diário de Notícias. Só o Jornal de Notícias fez uma peça mais alargada sobre o tema

Quanto aos géneros jornalísticos, o predomínio de breves no Correio da Manhã, algo que já havíamos detetado anteriormente, é uma questão de estilo do jornal, mas também uma forma de destacar determinados aspetos relacionados com o tema dos textos principais das páginas onde se publicam as breves. Estes destaques são quase sempre casos menores, alguns dos quais indiciadores de algum sensacionalismo. No entanto, também o Diário de Notícias publicou bastantes breves, algumas das quais para destacar aspetos paralelos. No Correio da Manhã, as breves inseridas na cobertura do funeral mencionam, por exemplo, o facto de o Benfica pagar a conta do funeral ou do jogador benfiquista Cardozo ter mantido sempre uma mão em cima do carro fúnebre onde seguiu Eusébio. As breves publicadas no Diário de Notícias também contam histórias paralelas às exéquias, destacando, por exemplo, que o presidente do Sporting esteve presente e que o Futebol Clube do Porto não enviou nenhum representante.

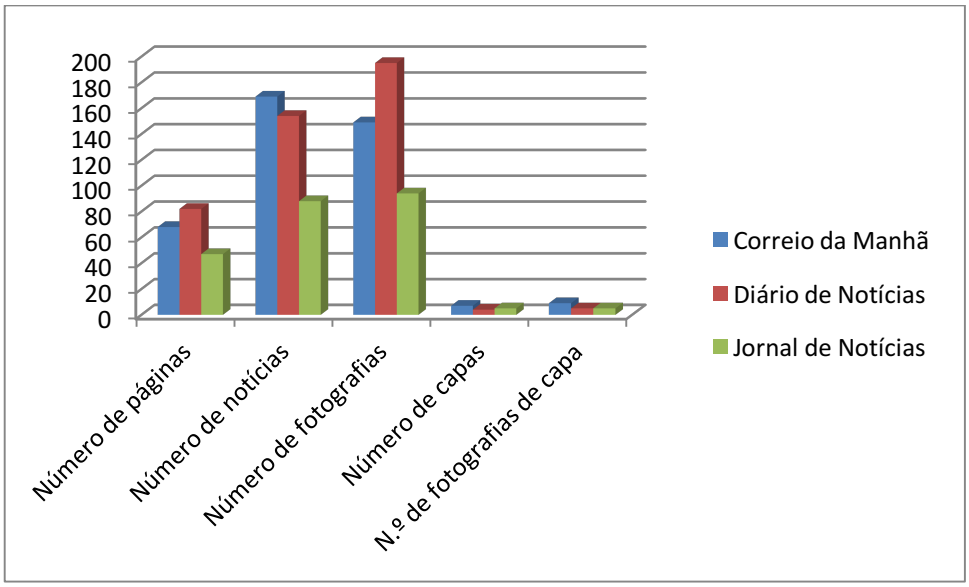
Ainda no âmbito dos géneros jornalísticos, encontramos novamente a presença massiva da opinião, quer nos editoriais, que são sempre sinal da relevância da personalidade, quer na publicação de cartas dos leitores e de artigos de opinião dos colunistas dos jornais. Sempre que a morte de uma personalidade se assume como tema transversal, quer dos articulistas, quer dos leitores, sabemos que estamos perante uma figura de maior relevo nacional. No caso do Jornal de Notícias, no entanto, a menor importância do caso está patente na ausência do editorial, enquanto no Correio da Manhã, por outro lado, foram publicados quatro editoriais dedicados a Eusébio.

A proximidade e emotividade que suscita o futebol, e que tantas vezes é apontada como marca do jornalismo desportivo, encontra no caso de Eusébio um bom exemplo, nomeadamente na defesa da sua trasladação para o Panteão Nacional. O Correio da Manhã assume a trasladação como uma causa e leva a cabo uma campanha de angariação de

fundos para suportar os custos. Isto traduz-se em artigos que apelam aos leitores para participar e ainda em dois editoriais e um artigo de opinião, que visam reforçar a causa.

Ainda de notar que nem todas as notícias publicadas têm em Eusébio a figura central do texto. Na verdade, algumas das notícias, nos três jornais, referenciam a personalidade, mas centram-se nos jogos de futebol, que entretanto decorreram, nos quais o futebolista foi homenageado. O mesmo aconteceu com as notícias sobre Cristiano Ronaldo, que ao vencer a bola de ouro, oito dias depois da morte de Eusébio, dedicou o troféu ao ex-futebolista.

Gráfico 47 – Eusébio da Silva Ferreira: os onze dias após a morte



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.20.4 As efemérides

No que diz respeito às efemérides, apenas o primeiro aniversário da morte de Eusébio foi assinalado. Os três jornais referenciaram a data e o maior destaque aconteceu no Diário de Notícias.

O Correio da Manhã destaca o primeiro aniversário sobre a morte de Eusébio com uma breve e uma imagem do atleta. O texto fala sobre as cerimónias de homenagem agendadas para esse dia.

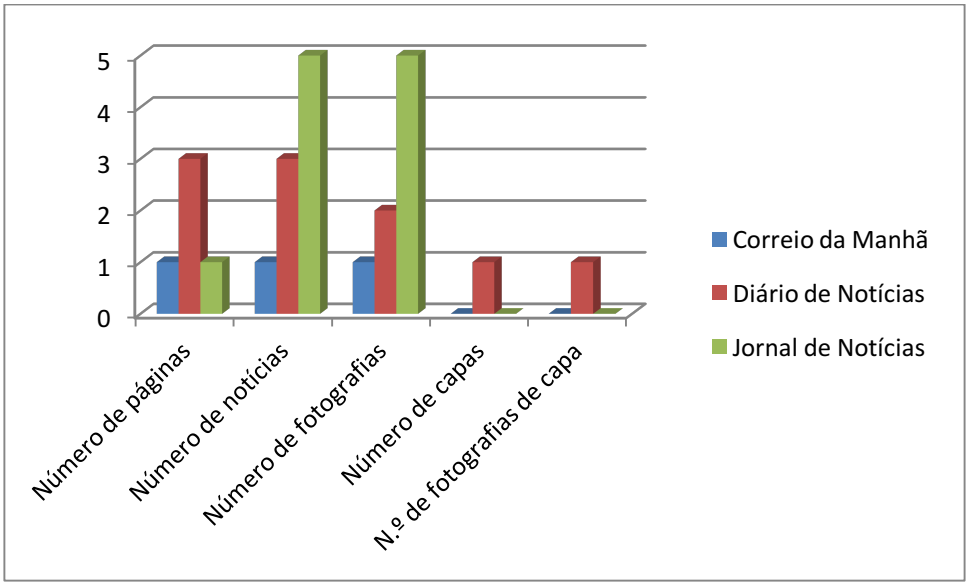
O Diário de Notícias assinalou o primeiro ano após a morte de Eusébio com a referência ao tema em três páginas, uma das quais é a capa. Na sua primeira página, o jornal colocou uma foto de capa, com a imagem do atleta e o título "Um ano sem Eusébio". No interior do jornal, o editorial é dedicado à efeméride e segue-se uma notícia e uma breve acerca das

homenagens programadas e convocando antigos colegas do jogador de futebol para o recordar.

Por sua vez, o Jornal de Notícias, assinala a efeméride lembrando as circunstâncias da morte de Eusébio e ouvindo alguns adeptos anónimos que recordaram o jogador. À semelhança dos outros jornais, também as cerimónias de homenagem daquele dia são antecipadas pelo periódico.

Ainda que o primeiro ano após a morte de Eusébio tenha sido assinalado pelos três jornais, o tratamento do Diário de Notícias denota uma diferenciação clara em relação aos outros dois periódicos (Gráfico 48). O facto de o editorial daquele dia ser dedicado ao tema e o destaque do acontecimento na capa do jornal denotam bem essa relevância.

Gráfico 48 – Eusébio da Silva Ferreira: as efemérides



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.20.5 As imagens

Durante os onze dias de publicações analisadas, foram utilizadas 438 fotografias, junto das peças que referenciaram Eusébio.

O Correio da Manhã acompanhou os artigos onde Eusébio foi referenciado com 149 imagens. Tal como nem todas as notícias tiveram no atleta o principal ângulo de abordagem, também muitas destas imagens retratam pessoas ou acontecimentos paralelos ao atleta. Ao todo foram utilizados 46 retratos de Eusébio, quer na atualidade, quer dos tempos em que se notabilizou como jogador de futebol. Outras 46 imagens referem-se às

cerimónias fúnebres, às personalidades que marcaram presença e às homenagens que foram sendo levadas a cabo. De realçar que o Correio da Manhã publicou quatro imagens do cadáver.

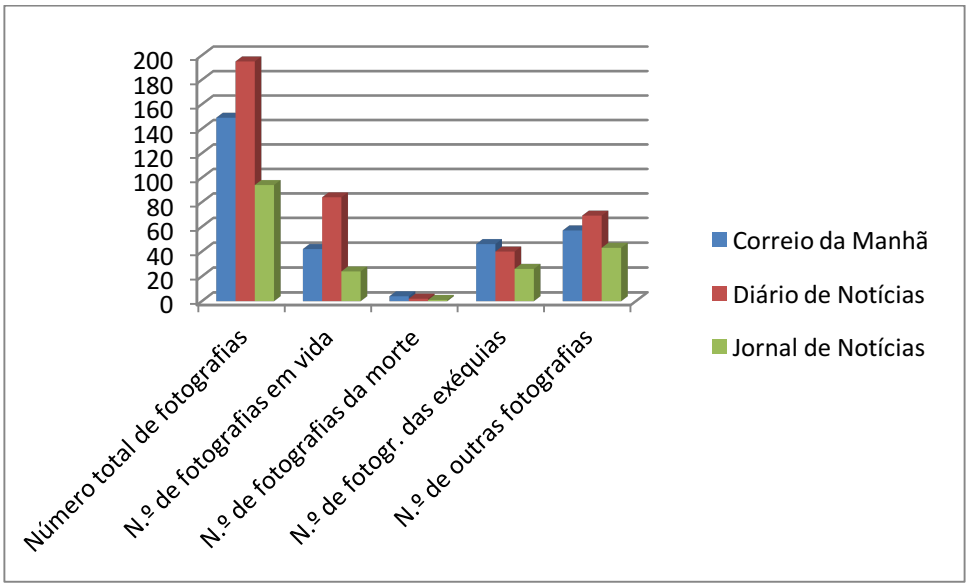
No Diário de Notícias foram publicadas 195 imagens, junto das peças jornalísticas onde Eusébio foi mencionado. Destas, 86 são retratos da personalidade e 40 ilustram as exéquias, as homenagens e as personalidades presentes nestas cerimónias. De realçar que grande parte das restantes fotografias remetem para o acontecimento central das notícias onde o nome de Eusébio é apenas mencionado. Também o Diário de Notícias publicou imagens do cadáver.

O Jornal de Notícias publicou 94 imagens junto dos artigos que referenciam Eusébio da Silva Ferreira. Destas, 25 retratam o antigo jogador do Benfica e 26 referem-se às cerimónias fúnebres e às homenagens que tiveram lugar ao longo dos onze dias em análise. À semelhança dos restantes jornais, muitas das imagens acompanham textos em que o foco não é a personalidade, pelo que as fotografias não estão diretamente relacionadas com Eusébio. De destacar que também o Jornal de Notícias optou por utilizar uma imagem do atleta morto, dentro do caixão.

O maior número de imagens foi publicado no Diário de Notícias e o Jornal de Notícias foi quem usou menos fotografias (Gráfico 49).

As imagens que retratam a personalidade morta, e que tendencialmente vinham desaparecendo à medida que passaram os anos, parecem ter encontrado novo fôlego no facto de se tratar da morte de um herói desportivo. O velório de Eusébio no Estádio da Luz e o caixão aberto "convidavam" os meios de comunicação social a mostrar o corpo do atleta, algo que os três jornais analisados fizeram. No caso do Diário de Notícias, por exemplo, uma das imagens mostra a viúva inclinada sobre o caixão, com a mão por cima da testa de Eusébio, num gesto de carinho. Durante todo o tempo que o corpo esteve em câmara ardente o cadáver esteve visível, pelo que os jornais não hesitaram em mostrar o cadáver de uma forma mais aberta do que nos outros casos anteriores.

Gráfico 49 – Eusébio da Silva Ferreira: as imagens



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

4.20.6 Marcas de subjetividade

A adjetivação é uma caraterística marcante dos textos informativos que se referem a Eusébio, nos onze dias após a sua morte. Simultaneamente, há inúmeras marcas de subjetividade que podem ser encontradas no conteúdo jornalístico dos três periódicos.

O Correio da Manhã começa por utilizar epítetos como "Rei" e "King", mas nas edições seguintes passa a colocar estes nomes entre aspas. Entre os adjetivos utlizados pelo jornal para se referir a Eusébio estão exemplos encontrados nas suas biografias e em algumas notícias. Assim, o jornal descreve-o como "símbolo do futebol nacional (…) lenda do desporto"[261], "rapaz simples de físico robusto e uma indómita vontade de vencer feita de suor e lágrimas"[262], "um homem humilde, um cidadão do mundo, uma lenda"[263] e "herói nacional"[264]. Quanto às marcas de subjetividade, algumas denotadoras de proximidade, destaque para o facto de o jornal ter lançado uma campanha de angariação de fundos para fazer face às despesas da possível trasladação de Eusébio para o Panteão Nacional. No que diz respeito a marcas textuais de subjetividade, encontrámos expressões como: "o mundo acordou ontem mais triste"[265]; "a glória de Eusébio soou sempre a simplicidade"[266];

[261] Sousa, C. G., Laranjo, T. e Lopes, O. (2014) "Mundo chora o rei", *Correio da Manhã*, 6 de janeiro, p. 4.
[262] Vaz, J. (2014) "Conquistou a glória com simplicidade", *Correio da Manhã*, 6 de janeiro, p. 8.
[263] "Um talento com o mundo a seus pés" (2014) *Correio da Manhã*, 6 de janeiro, p. 12.
[264] "Herói nacional rumo ao panteão" (2014), *Correio da Manhã*, 7 de janeiro, p. 1.
[265] Sousa, C. G., Laranjo, T. e Lopes, O. (2014) "Mundo chora o rei", *Correio da Manhã*, 6 de janeiro, p. 4.
[266] Vaz, J. (2014) "Conquistou a glória com simplicidade", *Correio da Manhã*, 6 de janeiro, p. 8.

Eusébio "fez de mágico da felicidade de milhões de portugueses (…) merecia ser campeão do Mundo. Ficou 'rei' do golo, a alegria do povo"[267]. Todas estas referências textuais denotam admiração e uma atitude elogiosa por parte dos autores dos textos, algo que não se coaduna com a postura de imparcialidade do jornalista, mas que acaba por vir na mesma linha da parcialidade que é admitida à imprensa desportiva.

Também o Diário de Notícias coloca aspas nas expressões "rei" e "king". Ainda assim, registam-se vários exemplos de adjetivação e marcas de subjetividade. Eusébio é descrito como "uma das maiores lendas do futebol"[268], uma "estrela"[269], "um dos melhores e mais respeitados futebolistas"[270], "um símbolo do desportivismo, uma marca e um mito do futebol"[271] e como uma figura "humilde"[272]. Quanto às marcas de proximidade, destaque para um tom elogioso e, simultaneamente pesaroso, patente em expressões como: "complicada esta coisa de dizer adeus"[273], "era uma vez o melhor jogador do planeta"[274] ou "antes de Eusébio, os portugueses tinham poucos motivos para se orgulhar da sua seleção nacional"[275]. Mais uma vez estamos perante expressões de caráter subjetivo, que encontram paralelo nos textos da imprensa desportiva.

Por sua vez, o Jornal de Notícias utiliza também as expressões "Rei" e "King", mas sem colocar aspas. Entre a adjetivação utilizada pelo periódico para se referir a Eusébio contam-se as expressões que o descrevem como "prodigioso jogador de futebol (…) herói dos estádios (…) futebolista genial (…) homem admirável de cativante simplicidade"[276] e "grande glória do futebol nacional"[277]. Quanto às marcas de subjetividade, também elas marcadas por uma voz latente de pesar e admiração, podemos incluir, entre os outros exemplos, excertos como: "Eusébio não morreu ontem. Passou-se o homem de 71 anos, fica a obra do futebolista, património do Benfica e do futebol, símbolo de uma certa

[267] Vaz, J. (2014) "Eusébio semeava a alegria no povo", *Correio da Manhã*, 6 de janeiro, p. 14.
[268] "Datas marcantes da vida de Eusébio" (2014) *Diário de Notícias*, 6 de Janeiro, p. II.
[269] Nogueira, C. (2014) "Um mito que nunca conheceu fronteiras", *Diário de Notícias*, 6 de janeiro, pp. II-III.
[270] *Idem*.
[271] *Idem*.
[272] Mangas, F. (2014) "Como Salazar fintou o goleador", *Diário de Notícias*, 6 de janeiro, pp. XVIII-XIX.
[273] Ferreira, A. B. e Câncio, F. (2014) "'Hoje não há clubes, é o clube Eusébio, mais nada", *Diário de Notícias*, 6 de janeiro, pp. 2-4.
[274] Nogueira, C. (2014) "Um mito que nunca conheceu fronteiras", *Diário de Notícias*, 6 de janeiro, pp. II-III.
[275] Coelho, N. (2014) "Brilhar no berço do futebol e colocar Portugal no mapa", *Diário de Notícias*, 6 de janeiro, pp. X-XI.
[276] Ferreira, A. (2014) "Eusébio património do mundo", *Jornal de Notícias*, 6 de janeiro, p. 2.
[277] "Rivalidades à parte no adeus ao King" (2014), *Jornal de Notícias*, 6 de janeiro, p. 6.

portugalidade ultramarina"[278]. Outro exemplo reside na reportagem onde se lê que, "mais do que um símbolo do Benfica, Eusébio é uma figura de Portugal"[279].

[278] Ferreira, A. (2014) "Eusébio património do mundo", *Jornal de Notícias*, 6 de janeiro, p. 2.
[279] "Rivalidades à parte no adeus ao King" (2014), *Jornal de Notícias*, 6 de janeiro, p. 6.

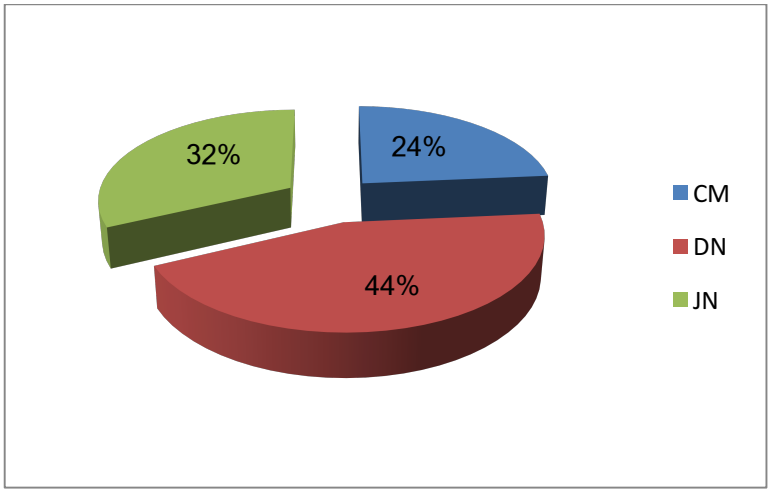
5 Discussão dos resultados

Impõe-se agora proceder à discussão dos resultados da análise realizada anteriormente, considerando os periódicos, as figuras públicas, os conteúdos, os géneros jornalísticos e o grau de atenção mediática dada à cobertura da morte de figuras públicas em Portugal. É tempo de retirar, também, algumas conclusões, coincidindo esta fase do estudo com a sétima e última etapa da investigação científica, tal como a entendem Quivy e Van Campenhoudt (1992).

5.1 A cobertura da morte nos três jornais

Começaremos então por produzir as conclusões mais gerais do nosso estudo. Em primeiro lugar, procurámos estabelecer uma relação entre o total do número de páginas das edições analisadas e o número de páginas em que a personalidade foi mencionada. Considerando, então, a percentagem de espaço que cada figura ocupou nos jornais, iremos então concluir quais as mortes mais noticiadas por cada um dos jornais, Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias, nos onze dias após o acontecimento e nas efemérides. Foi analisada a cobertura da morte de 20 personalidades e foram encontradas 1226 páginas que as referenciam, nas 915 edições que integram o *corpus*. O Diário de Notícias publicou o maior número de páginas, tendo referenciado as 20 figuras públicas em 544 das suas páginas (44%). Segue-se o Jornal de Notícias, que ocupou 393 páginas (32%) com os acontecimentos, e o Correio da Manhã, onde foram registadas 289 referências (24%) às personalidades (Gráfico 50).

Gráfico 50 – Total de páginas em que foram referenciadas as 20 personalidades



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

O Diário de Notícias foi o jornal que deu mais atenção à globalidade das personalidades e foi também o jornal com maior número de páginas dedicado a 12 dessas personalidades, uma em *ex aqueo* com o Jornal de Notícias e outra com o Correio da Manhã. Já o Correio da Manhã foi responsável pelo maior destaque de seis personalidades (uma em *ex aqueo* com o Jornal de Notícias) e o Jornal de Notícias dedicou maior número de páginas a cinco personalidades.

Importa agora perceber quem são estas personalidades, a fim de traçar uma tendência editorial associada a cada um dos diários. Assim, das 20 personalidades que integram o estudo, 12 foram alvo de maior cobertura por parte do Diário de Notícias. Estas 12 figuras públicas foram Álvaro Cunhal, Amália Rodrigues, Oliveira Salazar, António de Spínola, António Variações (*ex aqueo* com o Correio da Manhã), Beatriz Costa, Eusébio, Joaquim Agostinho, José Megre, José Saramago, Sophia de Mello Breyner (*ex aequo* com o Jornal de Notícias) e José Afonso. O Correio da Manhã cobriu com maior extensão as mortes de Angélico Vieira, António Feio, António Variações, Carlos Paião, Raul Solnado e Vítor Baptista, figuras mais populares e consensuais, ainda que nos casos de António Variações e Vítor Baptista os percursos sejam um pouco mais fraturantes. O Jornal de Notícias destacou-se pela maior cobertura das mortes de Francisco Sá Carneiro, Miguel Torga, Pavão, Sophia de Mello Breyner e Vítor Baptista, a maioria dos quais com origem no Norte do país, tal como o próprio jornal.

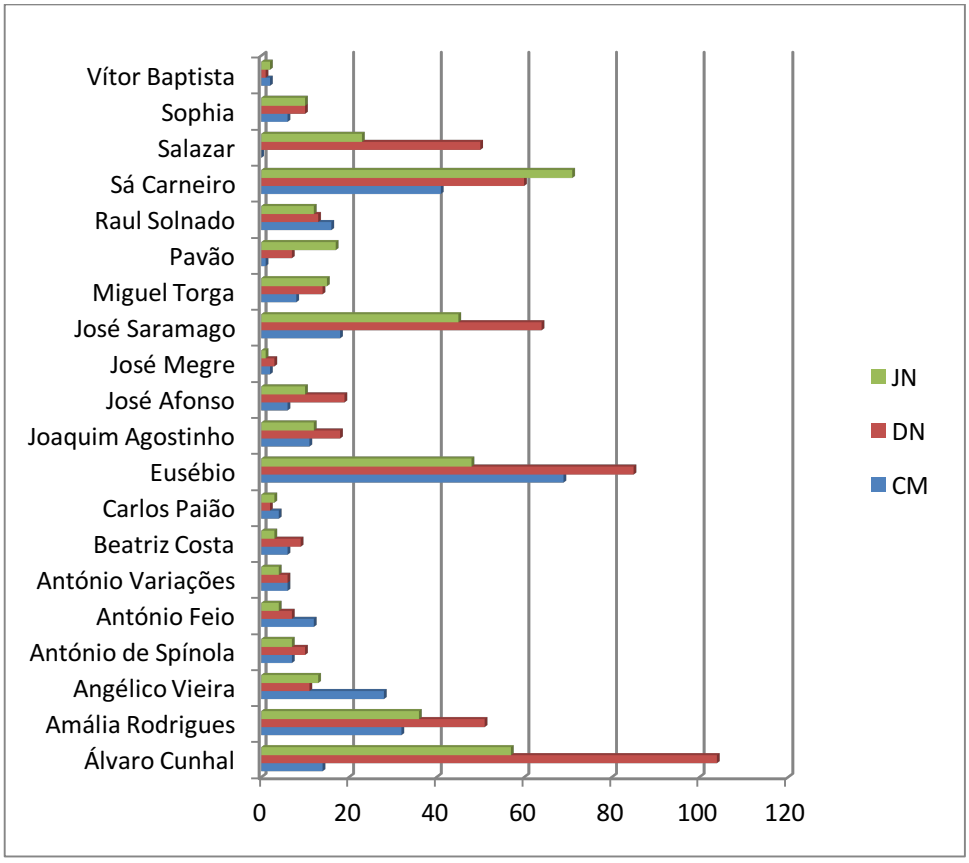
Face aos dados expressos no Gráfico 51, a primeira conclusão a retirar é que o Diário de Notícias confere maior atenção às figuras dos setores da política, das artes e do desporto estando, entre estes, as figuras de maior relevo público deste estudo (Amália, Eusébio, José Saramago, Oliveira Salazar e Álvaro Cunhal), numa tentativa que nos pareceu de se aproximar da interpretação do impacto da vida e obra de cada uma das personalidades na vida pública nacional.

Por sua vez, a linha que podemos traçar face às personalidades que mereceram mais atenção por parte do Correio da Manhã, coloca este diário próximo da cultura do espetáculo e das celebridades (Angélico, António Feio, António Variações, Carlos Paião e Raul Solnado). Estas são também figuras que se distinguem por serem personalidades consensuais e pouco fraturantes junto do público popular do jornal.

Quanto ao Jornal de Notícias, a linha que une as cinco personalidades a que este jornal deu maior atenção parece ser a geografia. Podemos levar em conta que a sua vocação como jornal nacional sediado no Norte do país se traduziu numa maior atenção aos casos de figuras públicas oriundas da zona de influência do jornal: do Porto para cima. Assim, Vítor Baptista é a única personalidade natural do sul do país.

Face ao número de páginas dedicadas a cada uma das personalidades em análise, e diferenciando os três jornais (Gráfico 51), percebemos que Álvaro Cunhal foi o que obteve mais destaque no Diário de Notícias (104 páginas), seguindo-se Eusébio (85 páginas), enquanto que, no Jornal de Notícias, a cobertura mais extensa foi para Sá Carneiro (71 páginas). No Correio da Manhã o maior número de páginas foi escrito sobre Eusébio (69 páginas). No sentido contrário, a morte de Vítor Baptista e José Megre foi referenciada numa única página, do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias, respetivamente, e em duas páginas do Correio da Manhã.

Gráfico 51 – Número de páginas ocupadas, por personalidade, em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Se atendermos à percentagem de páginas ocupadas em cada jornal, face ao total de páginas das edições (Gráfico 52), vamos perceber que há casos em que o jornal com maior percentagem de cobertura não é aquele que tem maior número de páginas dedicadas à temática. Para esta discrepância, contribui o facto de o Correio da Manhã ter uma média de páginas diárias menor do que o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias. Em primeiro lugar, face ao total das suas páginas, nas 305 edições analisadas, o Diário de Notícias referenciou as personalidades em análise em 3,5% das suas páginas. No Jornal de Notícias foram ocupadas 2,6% do total de páginas e no Correio da Manhã 2%.

No que se refere à percentagem do total de páginas, as 12 personalidades que tiveram maior cobertura no Diário de Notícias foram: Álvaro Cunhal, Amália Rodrigues, Oliveira Salazar, António de Spínola, António Variações (*ex aqueo* com o Jornal de Notícias), Eusébio, Francisco Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, José Megre (*ex aqueo* com o Correio da Manhã), José Afonso, José Saramago e Sophia de Mello Breyner. O Diário de Notícias dedicou menor percentagem de páginas a Beatriz Costa, apesar de sobre ela ter escrito um maior número absoluto de páginas. Pelo contrário, o periódico destacou-se pela maior cobertura percentual da morte de Sá Carneiro, apesar de ter sido o Jornal de Notícias a escrever mais páginas totais sobre a morte do político.

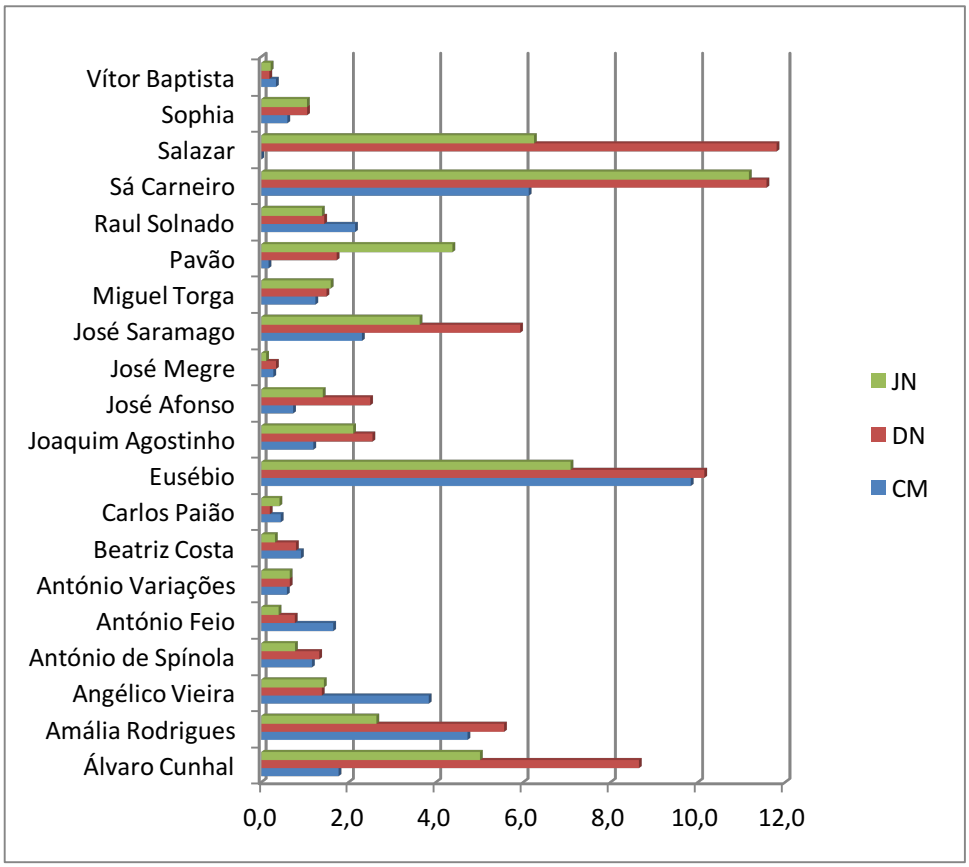
Já no que diz respeito ao Correio da Manhã, o maior número de páginas dedicado ao tema coincide com uma cobertura igualmente maior em termos de percentagens totais de páginas por edição nos casos de Angélico Vieira, António Feio, Carlos Paião, Raul Solnado e Vítor Baptista. À lista percentual do Correio da Manhã soma-se José Megre (*ex aqueo* com o Diário de Notícias) e Beatriz Costa. A morte da atriz foi referenciada em nove páginas do Diário de Notícias e apenas seis do Correio da Manhã, mas o menor número total de páginas deste último justifica a superioridade percentual.

Quanto ao Jornal de Notícias, o maior número de páginas apenas coincide com a maior percentagem nos casos de Miguel Torga e Pavão. Olhando para os dados percentuais do periódico nortenho, a estes seguem-se António Variações e Carlos Paião, *ex aqueo* com o Diário de Notícias e Correio da Manhã, respetivamente. No que diz respeito à cobertura da morte de Carlos Paião, a percentagem é a mesma no Correio da Manhã e no Jornal de Notícias, mas no primeiro o cantor foi mencionado em quatro páginas e no segundo em apenas três. Quanto a António Variações, o diário nortenho mencionou o acontecimento em apenas quatro das suas páginas, face às seis que lhe foram dedicadas pelo Correio da

Manhã e pelo Diário de Notícias. Ainda de referir o caso de Sá Carneiro, cuja morte mereceu referência em 71 páginas do Jornal de Notícias (face às 60 do Diário de Notícias e 41 do Correio da Manhã). Porém, em termos de páginas ocupadas por edição, o Diário de Notícias tem uma maior percentagem (11,6%), enquanto o Jornal de Notícias ficou ligeiramente abaixo (11,2%).

Tendo em conta as personalidades que ocuparam maior percentagem em cada um dos jornais, encontramos Salazar (11,8% no Diário de Notícias, Francisco Sá Carneiro (11,6% no Diário de Notícias e 11,2% do Jornal de Notícias) e Eusébio (10,1% no Diário de Notícias), todos eles com percentagens que estiveram acima dos 10% do total de espaço noticioso das onze edições que se sucederam à morte de cada uma destas figuras públicas e das respetivas efemérides.

Gráfico 52 – Percentagem de páginas ocupadas, por personalidade, em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

A análise comparativa entre o maior número bruto de páginas ocupadas e as percentagens de espaço ocupado por edição, permite-nos concluir que o Diário de Notícias foi o jornal que mais espaço dedicou às mortes de 12 das 20 personalidades estudadas: Álvaro Cunhal,

Amália Rodrigues, Oliveira Salazar, António de Spínola, António Variações (*ex aqueo* com o Correio da Manhã, em valor absoluto, e com o Jornal de Notícias em percentagem), Beatriz Costa (Correio da Manhã lidera em percentagem), Eusébio, Joaquim Agostinho, José Afonso, José Megre (*ex aqueo* com o Correio da Manhã em percentagem), José Saramago e Sophia de Mello Breyner (*ex aqueo* com o Jornal de Notícias em número de páginas). O Correio da Manhã deu mais atenção às mortes de Angélico Vieira, António Feio, António Variações (*ex aqueo* com o Diário de Notícias em número de páginas; o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias lideram em percentagem), Beatriz Costa (Diário de Notícias lidera em número de páginas) Carlos Paião (*ex aqueo* com o Jornal de Notícias em percentagem), José Megre (*ex aqueo* com o Diário de Notícias em percentagem), Raul Solnado e Vítor Baptista (*ex aqueo* com o Jornal de Notícias em número de páginas). Já o Jornal de Notícias liderou no maior número de páginas escritas, após a morte, nos casos de Carlos Paião (*ex aqueo* com o Correio da Manhã em percentagem), Miguel Torga, Francisco Sá Carneiro (Diário de Notícias lidera em percentagem), Pavão, Sophia de Mello Breyner (*ex aqueo* com o Diário de Notícias, que lidera em percentagem) e Vítor Baptista (*ex aqueo* com o Correio da Manhã em número de páginas).

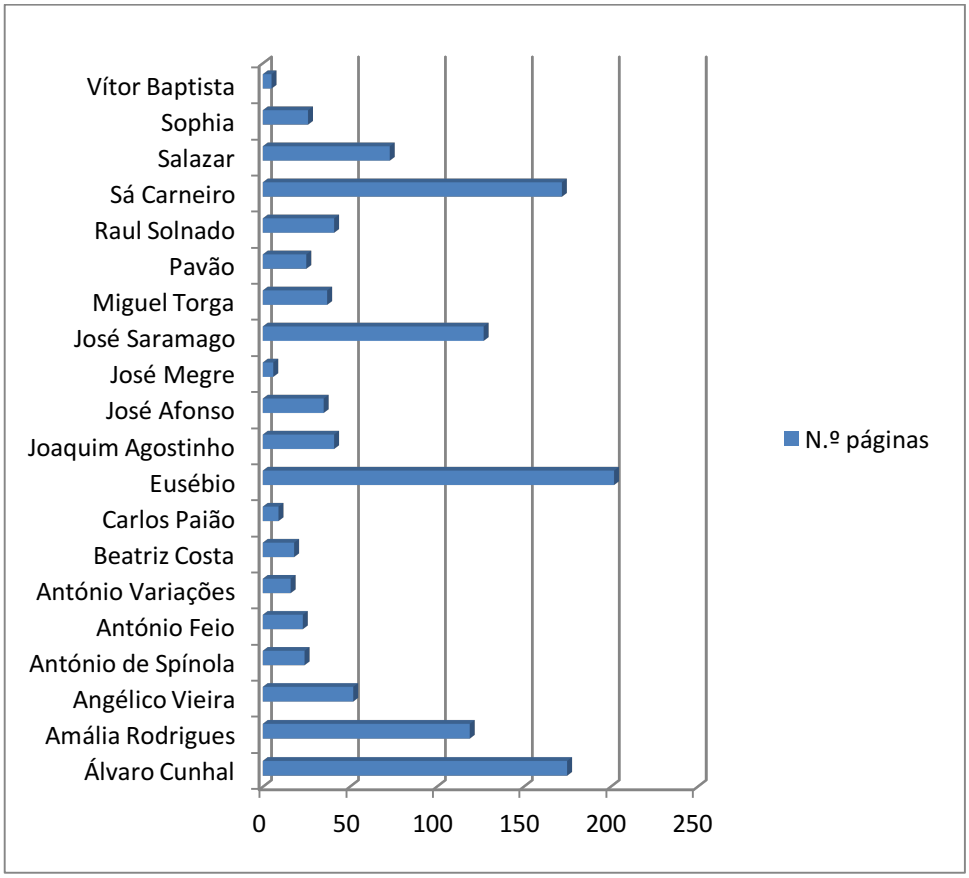
A análise do espaço atribuído em cada edição reforça a posição do Diário de Notícias como o jornal que dá mais atenção à morte da maioria das figuras públicas, sendo que estes dados não alteram significativamente o perfil anteriormente traçado. Quanto ao Correio da Manhã, confirma-se a maior amplitude de cobertura da morte de celebridades, quer em percentagem, quer em número absoluto de páginas, patente nos casos de Angélico Vieira, António Feio e Raul Solnado. O Jornal de Notícias mantém-se como o jornal que publicou mais conteúdo sobre a morte de Francisco Sá Carneiro, Miguel Torga e Pavão, em consonância com a ideia de jornal do Norte, que destaca as figuras da região. Há ainda os casos de Carlos Paião (natural de Coimbra) e Sophia de Mello Breyner (natural do Porto), que mereceram atenção similar do diário nortenho e do Correio da Manhã e do Diário de Notícias, respetivamente.

5.2 O destaque das personalidades nos três jornais

Considerando apenas as personalidades, e o destaque que a morte de cada uma delas mereceu nos três jornais, iremos socorrer-nos dos mesmos dados percentuais e brutos no que toca ao número de páginas. Quanto ao número de páginas (Gráfico 53), a personalidade cuja morte foi mais mediatizada pelo conjunto dos periódicos em análise foi

Eusébio, ocupando um total de 202 páginas. Segue-se Álvaro Cunhal, mencionado em 175 páginas dos periódicos e Sá Carneiro, em 172 edições. As personalidades cujas menções foram mais escassas são Vítor Baptista (cinco), José Megre (seis) e Carlos Paião (nove).

Gráfico 53 – Número de páginas ocupadas, com referências às personalidades, nos três jornais



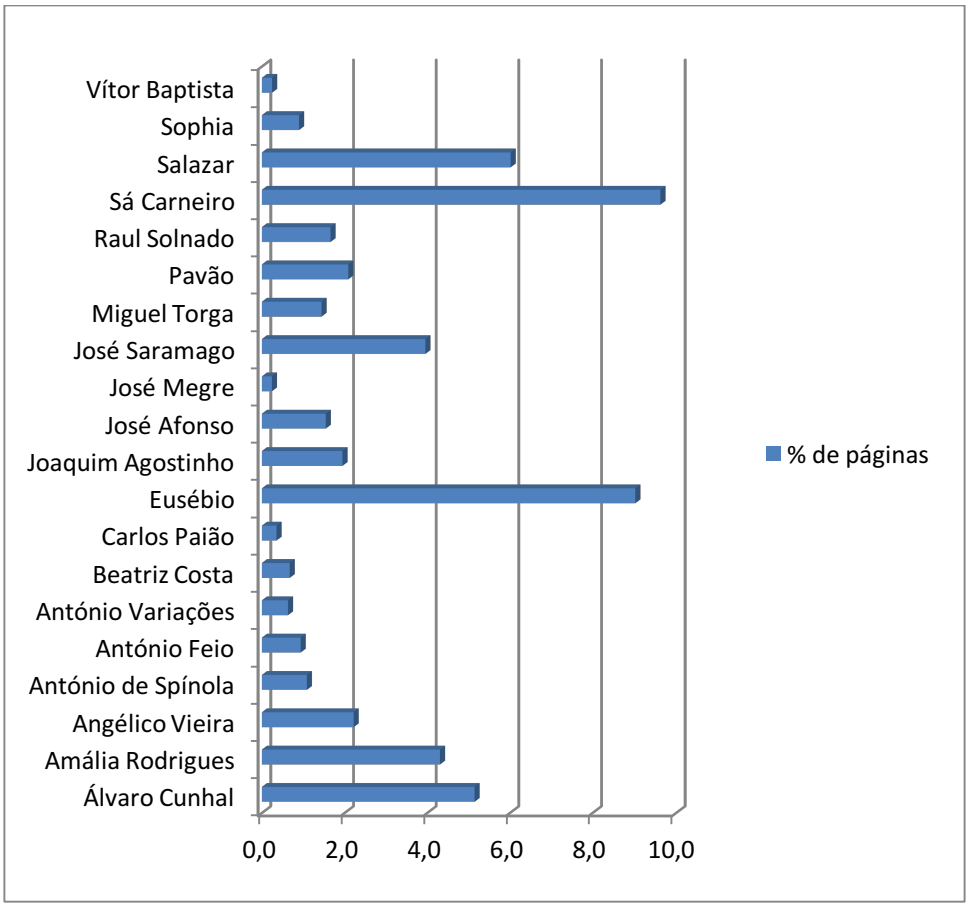
Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Quanto aos valores percentuais de páginas na totalidade das edições dos três jornais analisados (Gráfico 54), a liderança pertence a Sá Carneiro, com 9,6% de espaço. Segue-se Eusébio, com 9%, e Salazar, com uma percentagem de 6%. De acordo com os dados percentuais, Álvaro Cunhal, que era o segundo em número bruto de páginas, passa para quarto lugar, enquanto a liderança deixa de ser de Eusébio e passa a ser ocupada por Sá Carneiro. Salazar, que foi a quarta personalidade com maior número de páginas, é a terceira figura com maior percentagem de espaço ocupado, mesmo tendo em conta que nessa contagem não entra o Correio da Manhã. Esta proximidade de Salazar face às restantes personalidades é digna de nota, na medida em que o antigo Presidente do Conselho não foi mencionado em nenhuma das efemérides referentes aos dez e 20 anos da sua morte. Esta taxa de cobertura do falecimento do ex-Presidente do Conselho está

diretamente relacionada com a existência de censura, até porque o gabinete não se limitava a cortar textos, dando muitas vezes aos periódicos conselhos sobre o que deveriam escrever. O caso de Salazar é, por isso, fruto do sistema político e de um momento particular do país, sendo a sua morte esquecida nas páginas dos jornais, quando das efemérides ocorridas após o 25 de Abril de 1974.

Quanto às percentagens das personalidades menos referenciadas, encontramos novamente os nomes de Vítor Baptista (0,2%), José Megre (0,2%) e Carlos Paião (0,4%).

Gráfico 54 – Percentagem de páginas ocupadas, com referências às personalidades, nos três jornais



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Álvaro Cunhal, António de Oliveira Salazar, Eusébio e Francisco Sá Carneiro foram as personalidades cuja morte e respetivas efemérides tiveram um maior número de páginas em termos absolutos e percentuais. Em sentido contrário, surgem Vítor Baptista, José Megre e Carlos Paião. Estes três casos têm em comum o facto de todos eles terem ocupado menos de 0,5% do total de páginas das edições dos três jornais analisados e dez ou menos páginas em termos absolutos. No caso de José Megre, podemos compreender este menor

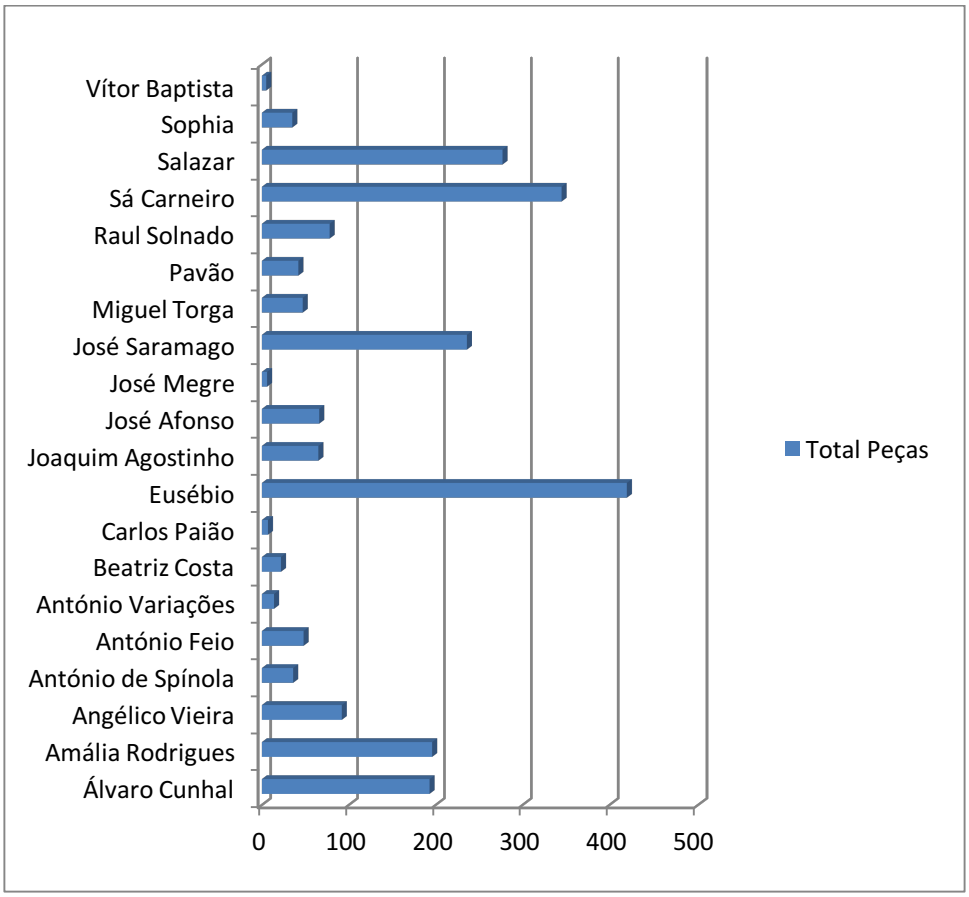
grau de atenção pelo facto de a personalidade ser uma referência numa modalidade cuja atenção mediática é menor. Quanto a Vítor Baptista, trata-se de uma figura afastada do mediatismo há cerca de 20 anos, pelo que a tendência de esquecer quem não está presente pode explicar a pouca cobertura da sua morte, ainda que durante a vida ativa o jogador tenha sido uma estrela do futebol. No entanto, poderíamos argumentar que também Eusébio esteve longe dos campos de futebol e, neste estudo, foi a personalidade cuja morte teve mais destaque. No caso de Vítor Baptista o que poderá estar em causa são as circunstâncias da sua vida. Carlos Paião, por sua vez, pode ter tido uma morte menos mediatizada pelo facto de o acidente que o vitimou ter acontecido um dia após o incêndio do Chiado, em pleno mês de agosto, quando as redações se encontram mais desfalcadas em termos de recursos humanos, tendo direcionado os meios existentes para a cobertura do incêndio ocorrido no centro da cidade de Lisboa. Ainda assim, a pouca informação veiculada poderia ter sido compensada, por exemplo, com maior destaque alguns dias depois, algo que não sucedeu e que procuraremos explicar quando abordarmos o ruído em torno destes eventos.

5.2.1 O destaque em número de peças

Para além de saber qual o jornal que fez a cobertura mais extensa, procurámos também aferir acerca das mortes com maior e menor taxa de cobertura no conjunto dos três jornais, no total dos onze dias após a morte e respetivas efemérides (Gráfico 55). A primeira conclusão é que o Diário de Notícias foi o jornal que publicou o maior número de peças (969), seguindo-se o Jornal de Notícias (710) e o Correio da Manhã (561). Quanto às peças sobre cada personalidade, o maior número foi escrito por referência a Eusébio (420), seguindo-se Francisco Sá Carneiro (345) e Oliveira Salazar (277). Mais uma vez, Salazar aparece na lista dos mais noticiados, apesar de o Correio da Manhã e as efemérides não fazerem parte da análise. Também aqui, o menor número de artigos escritos refere-se aos falecimentos de Vítor Baptista (cinco), José Megre (seis) e Carlos Paião (sete).

Os dados referentes ao número de artigos publicados são consonantes com o número de páginas ocupadas com referências às personalidades. De destacar, no entanto, que Álvaro Cunhal, que foi uma das personalidades com maior número de páginas dos jornais, é o quinto na lista do maior número de peças escritas (193), o que indicia peças mais extensas. Antes do ex-dirigente comunista aparece Amália Rodrigues, com um total de 196 textos escritos sobre a fadista.

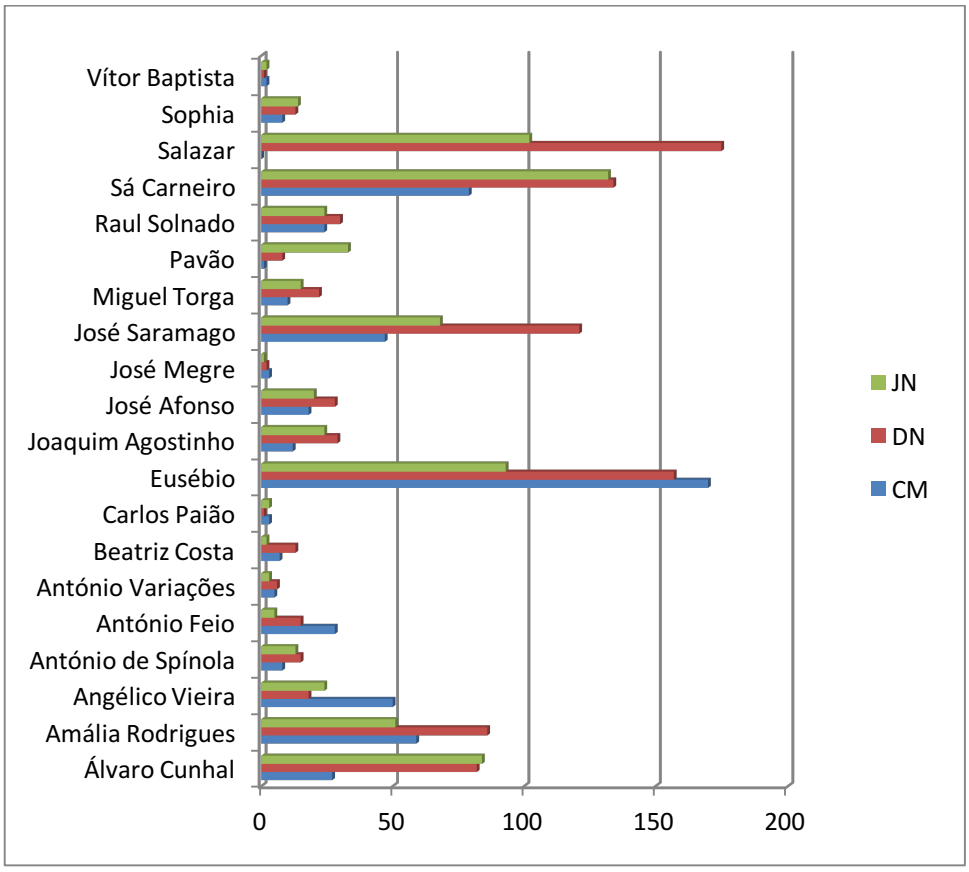
Gráfico 55 – Total de peças escritas, por personalidade, nos três jornais



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Por outro lado, fazendo a diferenciação entre o número de peças escritas sobre cada personalidade em cada um dos jornais (Gráfico 56), confirmamos as diferenças de tratamento, sobre as quais já aqui refletimos e que serão ainda alvo de um escrutínio mais aprofundado.

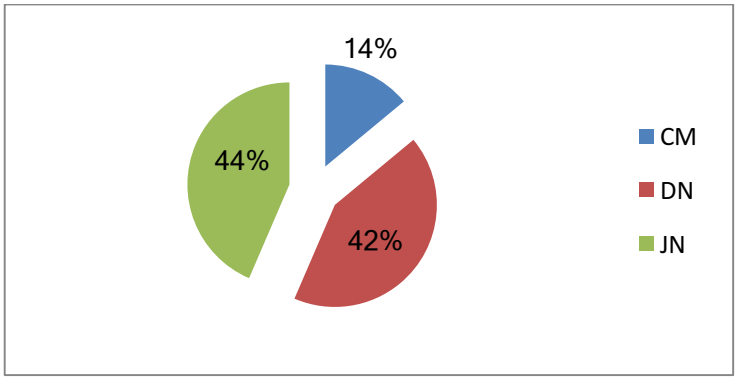
Gráfico 56 – Total de peças escritas, por personalidade, em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

No caso de Álvaro Cunhal, por exemplo, o Correio da Manhã faz um tratamento claramente distinto do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias (Gráfico 57). Face ao total de peças produzidas a propósito da morte e efemérides do político, apenas 14% foram publicadas no Correio da Manhã, o que denota um claro distanciamento em relação ao tratamento adoptado pelo Diário de Notícias e Jornal de Notícias.

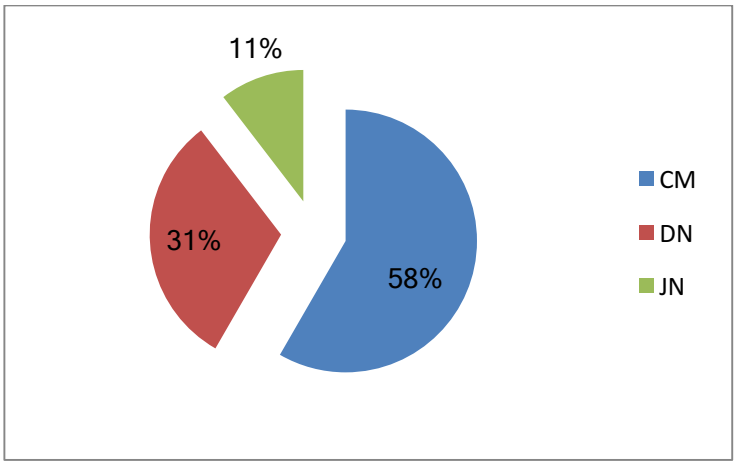
Gráfico 57 – Número de peças escritas sobre Álvaro Cunhal em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

O mesmo verificámos no caso de António Feio (Gráfico 58), com o Jornal de Notícias a destacar-se dos restantes pela menor cobertura do caso (recorde-se que o periódico não deu a notícia da morte do ator, possivelmente por esta ter sido anunciada já após a hora de fecho da edição). Neste caso, é ainda de realçar o distanciamento do Correio da Manhã, como o periódico que deu a mais ampla cobertura do acontecimento.

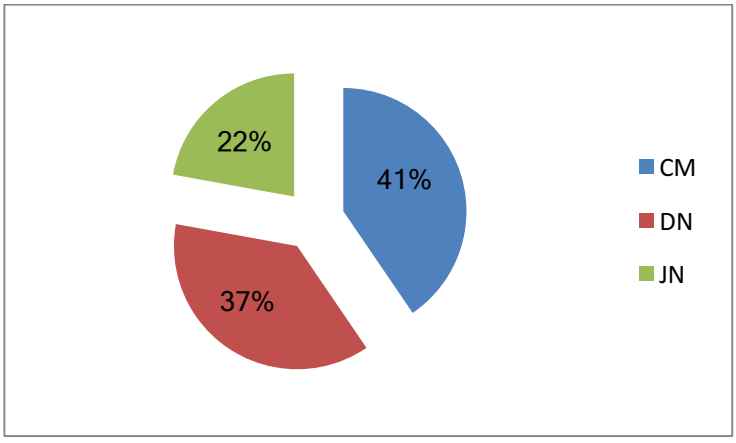
Gráfico 58 – Número de peças escritas sobre António Feio em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

No caso de Eusébio (Gráfico 59) a diferença também é notória e o Jornal de Notícias representa apenas 22% do total de peças escritas. O facto de o futebolista ter jogado sempre em clubes do Sul e o Jornal de Notícias ser um periódico do Norte, não deverá ser independente das percentagens registadas.

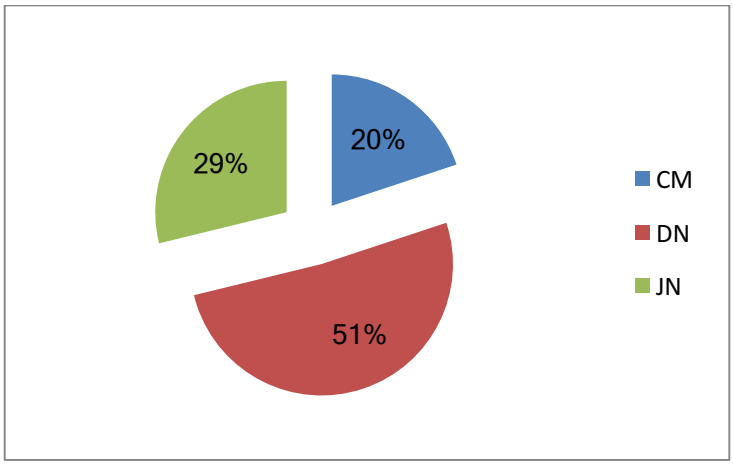
Gráfico 59 – Número de peças escritas sobre Eusébio em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Quanto ao número de notícias que a morte de José Saramago (Gráfico 60) gerou nos jornais, encontramos novamente uma secundarização do acontecimento no Correio da Manhã face aos seus concorrentes, concomitantemente com aquilo que verificámos no âmbito da morte de Álvaro Cunhal. No entanto, e apesar da diferenciação, a distância não é tão grande em relação ao tratamento do Jornal de Notícias.

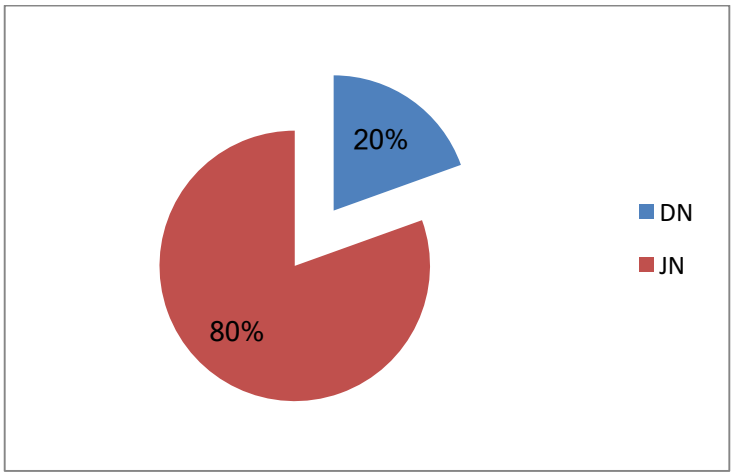
Gráfico 60 – Número de peças escritas sobre José Saramago em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Já no caso de Pavão (Gráfico 61) a diferença de tratamento é bem notória e posiciona o Jornal de Notícias como um periódico do Norte do país, uma vez que 80% das notícias escritas sobre a morte do jogador do Futebol Clube do Porto foram publicadas neste diário.

Gráfico 61 – Número de peças escritas sobre Pavão em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

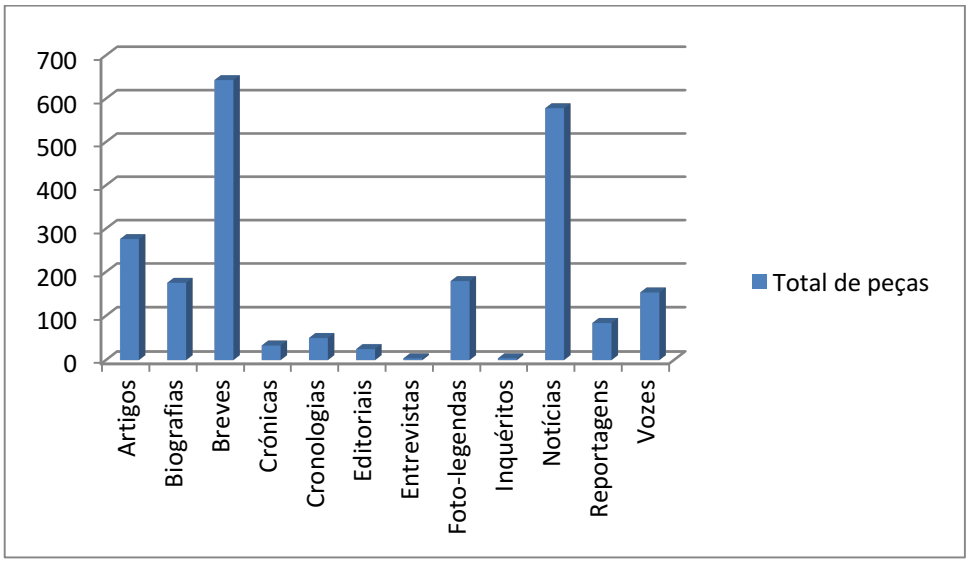
5.3 Os géneros jornalísticos

Os géneros jornalísticos foram um dos parâmetros que decidimos incluir neste estudo. A primeira conclusão a retirar desta vertente de análise (Gráfico 62) é que as breves são o género mais presente na análise e representam 29% do total de peças. As notícias foram o segundo género mais utilizado (26%) e em terceiro lugar aparecem os artigos de opinião (12%).

Concluímos, portanto, que a maioria dos acontecimentos é veiculada através de breves e notícias e que a opinião tem um peso relevante no que toca ao impacto que a morte destas personalidades assume nos jornais. Por outro lado, a análise dos géneros jornalísticos denota alguma importância das foto-legendas (8%), o que não deixa de ser também sintomático da necessidade de os jornais documentarem, através de imagens, a vida e obra da personalidade desaparecida, uma vez que é com este propósito que se utilizam, maioritariamente, as foto-legendas. Ainda de realçar a relevância das biografias (8%), forma de recordar o trajeto da personalidade. Além disso, os dados mostram também que as vozes (7%) são relevantes, sinal de uma legitimação que é feita da personalidade falecida, ouvindo outras personalidades que lamentam o seu desaparecimento e dando, assim, um caráter público às mensagens de condolências.

Já no que diz respeito aos géneros menos relevantes, destaque para o inquérito com perguntas dirigidas, que aparece apenas quatro vezes: após as mortes de Amália Rodrigues (Diário de Notícias), de Álvaro Cunhal (Correio da Manhã), de José Saramago (Correio da Manhã) e de Eusébio (Correio da Manhã). Com números bastante acima do inquérito, mas ainda entre os menos utilizados, encontramos os editoriais, as crónicas e as entrevistas.

Gráfico 62 – Número total de peças, por género jornalístico, nos três jornais



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Uma das conclusões que retiramos da análise prende-se com o facto de a biografia ser um género sempre presente quando é noticiada a morte de uma personalidade e de ela aparecer, sobretudo, no dia a seguir ao falecimento. A presença da biografia é, antes de mais, uma forma de recordar a importância que a personalidade assumiu durante a sua vida e exaltar os feitos que conquistou, os quais fazem parte da narrativa que tornou a figura pública numa celebridade. Se, como defende Gabler (2001), a existência de uma narrativa é condição *sine qua non* para a constituição de uma celebridade, o nosso estudo revela que faz sentido que analisemos a biografia como um dos géneros onde essa narrativa mais se evidencia. Assim, a presença da biografia é um claro sinal da necessidade de fazer o balanço do que a personalidade alcançou em vida, uma espécie de juízo final que cimenta a posição daquela figura e ajuda a legitimar o espaço que o jornal lhe consagra aquando da sua morte. Ariès (2010), quando fala sobre a história da morte no ocidente identifica como elemento de mudança nas atitudes perante a morte, entre a baixa e a alta Idade Média, a representação do que acontecia no quarto do moribundo. O historiador relata que muita da iconografia mostra uma espécie de balanço de vida do moribundo, como se, momentos antes da sua morte, o indivíduo se visse perante todo o seu passado, numa espécie de síntese entre o que fez de bom e o que fez e mau. A presença da biografia nos jornais relaciona-se com esta noção de juízo final, que se prende na ideia de sintetizar uma vida que chega ao seu fim físico. Ora, no caso das figuras públicas, os feitos são também públicos, pelo que cumpre ao periódico recordá-los, construindo uma narrativa,

equivalente à "biografia da vida particular" que, na transição da Idade Média, Ariès concluiu que era feita para os moribundos. No caso das figuras públicas, estamos perante uma biografia da vida pública, que se torna pertinente recordar após a sua morte, ou nos momentos de *co-memoração* desse evento.

Ainda no que diz respeito aos géneros jornalísticos, concluímos que as reportagens (4% do total de peças) são o recurso para fazer a cobertura das cerimónias fúnebres e que as breves são utilizadas na descrição dessas mesmas exéquias para isolar pormenores ou eventos paralelos ao acontecimento.

Ainda a destacar a proliferação de géneros menos habituais noutras coberturas jornalísticas, como as cronologias (2% do total de peças). Já as vozes, não sendo um género jornalístico, são representativas de 7% do total de peças. As cronologias complementam as biografias, constituindo-se quase como uma segunda biografia, na tarefa de marcar os momentos mais importantes do percurso da figura pública. Por sua vez, as vozes servem, essencialmente, para ouvir outras personalidades sobre o desaparecimento de determinada figura pública. Para efeitos deste estudo, considerámos a existência de uma unidade de vozes sempre que as citações das personalidades ouvidas fossem contidas na mesma caixa ou coluna, encimadas pelo mesmo cabeçalho. No entanto, uma unidade de vozes contém, em todos os casos, várias personalidades que dão o seu testemunho sobre a figura pública falecida. É relevante assinalar a primazia deste género jornalístico, porque os jornais mostraram uma tendência para o utilizar, sempre que alguém morre, apesar de os restantes textos jornalísticos também integrarem reações e depoimentos de personalidades ouvidas no âmbito da morte da figura. Parece-nos, pois, que existe uma tendência para isolar num espaço próprio da página as reações e/ou depoimentos das personalidades ouvidas pelo jornal, como forma de lhes atribuir uma importância singular, algo que se assume como uma tendência a partir dos anos 90, pois nos casos analisados referentes às décadas de 70 e 80 não era comum verificar-se esta situação. Concomitantemente, o facto de estas vozes se constituírem num género próprio, tendencialmente paginadas autonomamente, ajuda a consolidar a importância da personalidade falecida: quanto mais importante for a figura pública, maior o grau de importância das vozes ouvidas e maior o número de pessoas que se manifesta nestas vozes.

No que toca às vozes, há a tendência de ouvir o Presidente da República e o primeiro-ministro ou um membro do governo. Muitas vezes notamos, ainda, que o ministro com a

pasta da área de atividade em que a personalidade falecida se notabilizou faz parte da lista de pessoas a ouvir. Por outro lado, há casos, como o do cantor Angélico Vieira, em que as vozes são exclusivamente de colegas e amigos da personalidade, sendo a representatividade do Estado totalmente nula, uma vez que nenhum membro ou representante oficial do Governo ou do Estado é ouvido por nenhum dos jornais. Neste caso permanece a dúvida: foram os governantes que não quiseram falar ou foi o jornal que não achou pertinente ouvi-los? Ainda de realçar os casos em que a presença dos representantes políticos é mencionada, embora eles não sejam ouvidos. Aquando da morte de José Afonso, o Diário de Notícias mencionou que o Presidente da República e o primeiro-ministro enviaram condolências, mas não cita nenhum deles. Numa das notícias do dia após a morte do cantor, encontramos declarações da secretária de Estado da Cultura, Teresa Patrício Gouveia, sendo referenciado que a mesma acompanhava Mário Soares em campanha no concelho de Bragança, quando foi ouvida pelo jornalista.

Optámos, pois, por discriminar os casos em que os dois mais altos representantes políticos são ouvidos pelos jornais. Os únicos casos em que todos os jornais analisados ouviram os dois principais representantes da nação foram os de Amália Rodrigues, Oliveira Salazar, António de Spínola, Eusébio ou José Saramago. De realçar que, quando da morte de Sá Carneiro, todos os jornais publicaram a reação do Presidente da República, mas aqui estávamos perante a terceira figura mais importante do Estado, que tinha acabado de falecer.

Os casos que não tiveram qualquer mensagem de condolências publicada nos jornais analisados por parte das principais figuras políticas do país dizem respeito às mortes de Angélico Vieira, António Variações, José Megre, Pavão e Vítor Baptista.

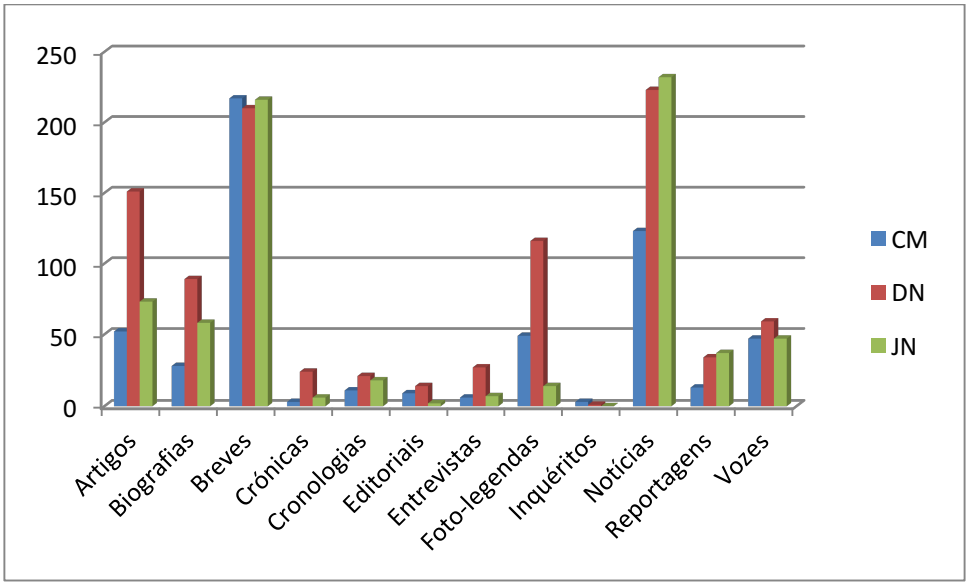
No caso de Sophia de Mello Breyner, por exemplo, o Correio da Manhã e o Diário de Notícias publicam a reação de Jorge Sampaio, mas não de António Guterres. Em vez do primeiro-ministro, é colocada a reação do ministro da Cultura, Pedro Roseta. António Guterres surge, no entanto, citado em declarações prestadas ao Jornal de Notícias.

Observando apenas os periódicos e não as personalidades, concluímos que o Jornal de Notícias é quem mais vezes dá voz ao Presidente da República e ao primeiro-ministro e o Diário de Notícias é o jornal que o faz menos vezes.

5.3.1 Géneros por jornal e por personalidade

Olhando agora para os géneros jornalísticos de forma mais particular (Gráfico 63), concluímos que as breves, o género mais utilizado, têm uma distribuição equalitária nos três periódicos analisados. Já as notícias são maioritariamente utilizadas no Diário de Notícias e no Jornal de Notícias, enquanto os artigos de opinião têm clara preponderância no Diário de Notícias. A diferenciação entre os três jornais é também visível no caso das foto-legendas, na sua maioria publicadas no Diário de Notícias, e nas reportagens, género mais presente no Diário de Notícias e Jornal de Notícias. Isto leva-nos a concluir que o Diário de Notícias privilegia os textos mais extensos, como a notícia e a reportagem, e que este é o periódico que dá maior prevalência à opinião, conclusão sustentada por ser também aqui que se publicaram o maior número de crónicas e editoriais.

Gráfico 63 – Número total de peças, por género jornalístico, em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

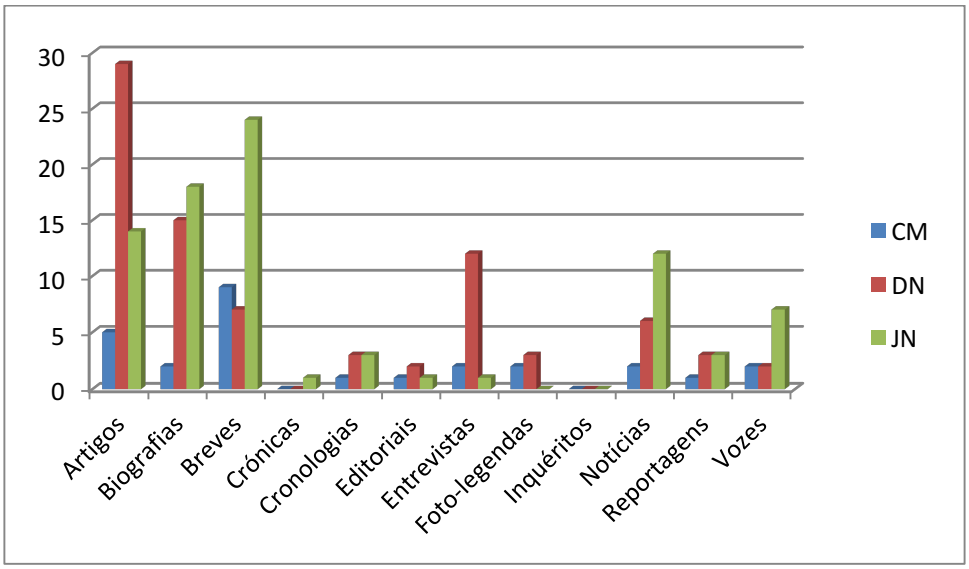
Teremos agora em consideração a diferenciação dos géneros jornalísticos no tratamento da morte de cada personalidade. Começando pelo género mais utilizado em cada caso, no conjunto dos três jornais, percebemos que o maior número de artigos de opinião foi escrito a propósito das mortes de Eusébio (73), Álvaro Cunhal (48), Sá Carneiro (34) e José Saramago (34). As biografias foram mais utilizadas nos casos de Álvaro Cunhal (35), Sá Carneiro (20), Eusébio (18) e José Saramago (18). Quanto às breves, estas registam-se em maioria nos casos de Eusébio (125), Salazar (121) e José Saramago (77). O maior número de crónicas foi publicado aquando das mortes de Amália Rodrigues (11) e José Afonso

(seis), enquanto as cronologias aparecem maioritariamente nos casos de Eusébio (dez) e Álvaro Cunhal (sete). O maior número de editoriais foi escrito a propósito das mortes de Sá Carneiro (sete), Eusébio (seis) e Álvaro Cunhal (quatro), sendo que em número de entrevistas, destaca-se Álvaro Cunhal (15), José Saramago (oito) e Eusébio (cinco). Quanto às foto-legendas, a maioria foi publicada no caso de Eusébio (89), Salazar (26) e José Saramago (16). Os inquéritos não são expressivos, mas a maioria (dois) foram publicados após a morte de Eusébio. Já as notícias aparecem em maioria na cobertura das mortes de Sá Carneiro (193), Salazar (91) e Eusébio (52). No que toca às reportagens, este género foi mais utilizado nos casos de Amália Rodrigues (16), José Saramago (15) e Salazar (oito). Por fim, as vozes registaram-se maioritariamente nos casos de Eusébio (40), José Saramago (26) e Amália Rodrigues (13).

Quanto à utilização dos diferentes géneros jornalísticos nas peças escritas sobre cada personalidade, encontramos casos, como por exemplo Vítor Baptista, José Megre, Carlos Paião ou António Variações, em que o tratamento é similar, mas há outros em que se verificam disparidades. Foquemo-nos, pois, nos casos com tratamento mais extenso por parte dos jornais: Álvaro Cunhal, Amália Rodrigues, Eusébio, José Saramago, Sá Carneiro e Salazar.

Na cobertura da morte de Álvaro Cunhal (Gráfico 64), percebemos a relevância dos artigos de opinião, das biografias e das breves. No que diz respeito aos artigos de opinião, o Diário de Notícias assume uma posição destacada, com o dobro dos artigos publicados pelo Jornal de Notícias e quase seis vezes o número de artigos publicados pelo Correio da Manhã. O pendor biográfico destes acontecimentos também está bem explícito, sendo neste caso de realçar a liderança do Jornal de Notícias e do Diário de Notícias. Quanto às breves, elas são maioritariamente utilizadas pelo Jornal de Notícias. Ainda de realçar a aposta do Diário de Notícias no género entrevista, quase residual nos outros dois jornais.

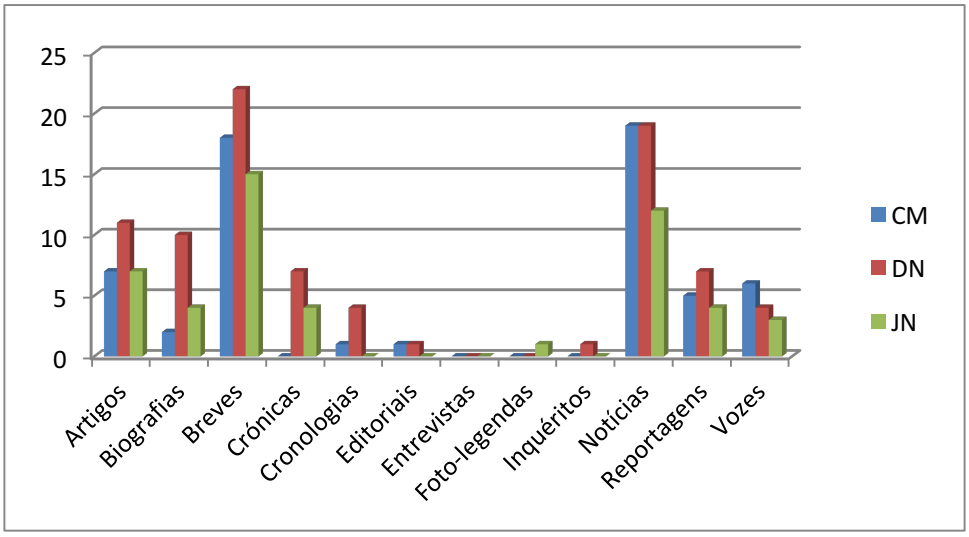
Gráfico 64 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Álvaro Cunhal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Abordando agora os géneros utilizados aquando da morte de Amália Rodrigues (Gráfico 65), a cobertura do acontecimento foi realizada, essencialmente, a partir de breves, notícias e artigos de opinião. As breves são o género mais utilizado pelos três jornais, sendo o Diário de Notícias aquele que se destaca na sua publicação. Quanto às notícias, elas são também bastante representativas, sobretudo no caso do Correio da Manhã e Diário de Notícias. Os artigos de opinião estão em maior número no Diário de Notícias, mas a sua presença nos outros dois jornais também é significativa. Também de realçar, no que toca às biografias, a clara prevalência deste género no Diário de Notícias.

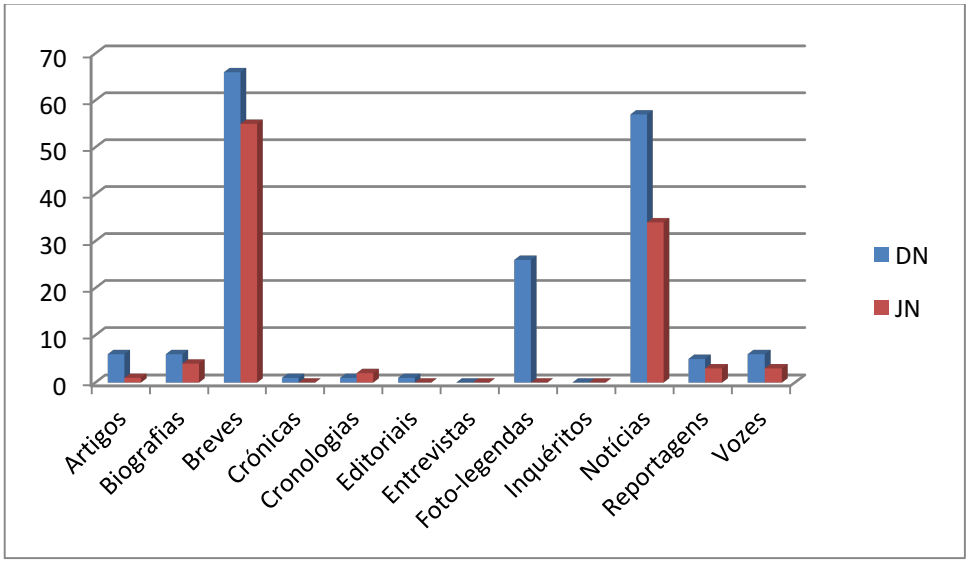
Gráfico 65 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Amália Rodrigues



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

A cobertura da morte de Salazar (Gráfico 66) fez-se essencialmente com recurso às breves e às notícias, sendo que no caso destas últimas aparecem em maioria no Diário de Notícias. O tratamento entre os dois jornais foi similar, sendo apenas de destacar a prevalência de foto-legendas no Diário de Notícias, género sem qualquer expressão no Jornal de Notícias.

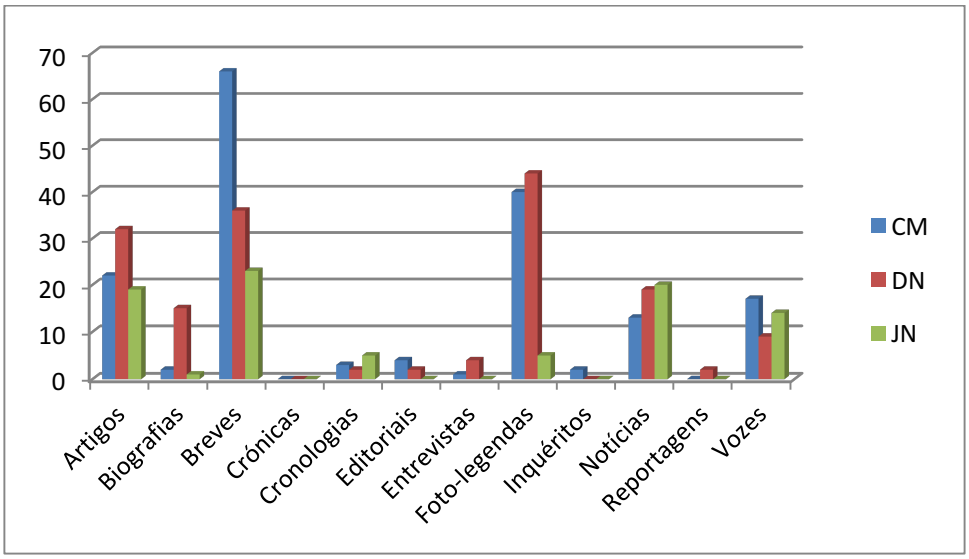
Gráfico 66 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de António de Oliveira Salazar



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

No que diz respeito à cobertura da morte de Eusébio (Gráfico 67), a preferência dos jornais recai sobre as breves, foto-legendas e artigos de opinião. No caso das breves é de realçar a grande quantidade de textos publicados pelo Correio da Manhã, quase o dobro do Diário de Notícias e mais do triplo do Jornal de Notícias. No que diz respeito às foto-legendas, não deixa de ser curioso que este seja o segundo género mais utilizado, pelo que nos parece claro que esta escolha resulta da íntima ligação entre a imagem e o desporto, particularmente o futebol. Neste caso é ainda de realçar o uso significativo de foto-legendas por parte do Correio da Manhã e do Diário de Notícias e a quase inexistência do género no Jornal de Notícias. Os artigos de opinião, por sua vez, são utilizados de forma similar pelos três periódicos. Novamente de destacar a primazia do Diário de Notícias no género da biografia.

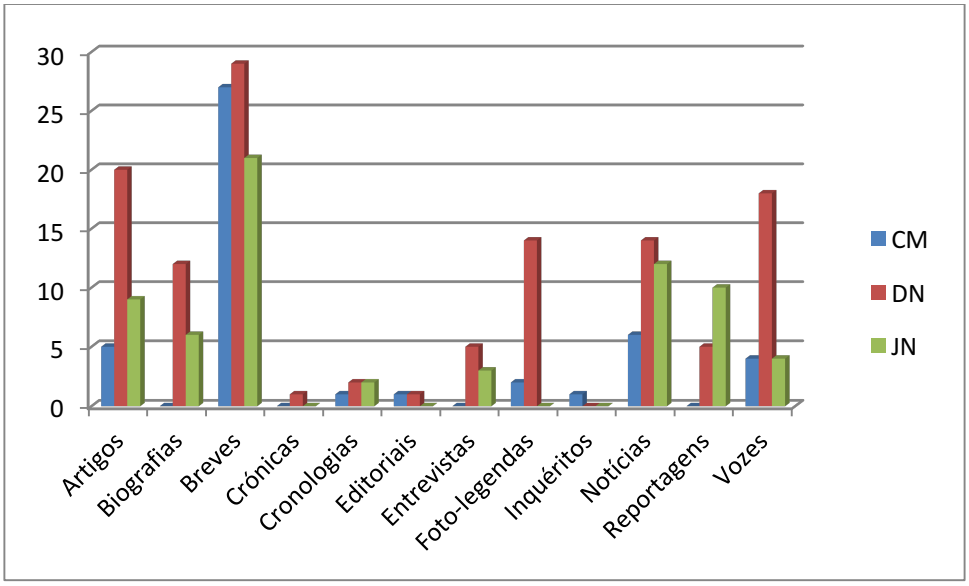
Gráfico 67 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Eusébio



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Quanto à morte de José Saramago (Gráfico 68), as breves, os artigos e as notícias são os mais utilizados para veicular o acontecimento. A presença das breves é destacada em todos os jornais, sendo que, no caso dos artigos, há uma clara predominância do género no Diário de Notícias. Também o uso de notícias é equilibrado, mas convém sublinhar que o Diário de Notícias se destaca claramente na utilização de foto-legendas e de vozes.

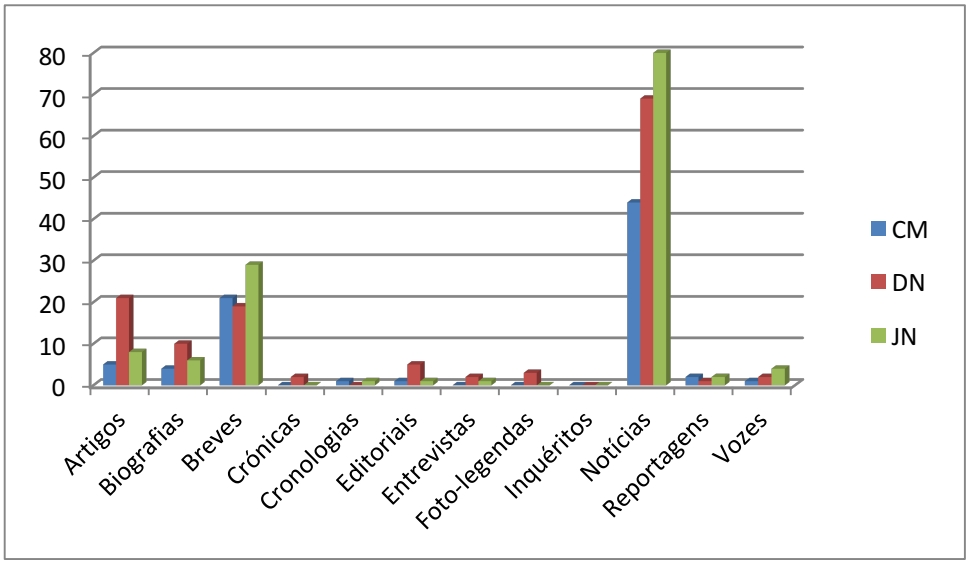
Gráfico 68 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de José Saramago



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Por último, temos, a cobertura da morte de Sá Carneiro (Gráfico 69), na qual os géneros utilizados foram, maioritariamente, as notícias. As opções editoriais dos jornais nos anos 80 (ano em que morreu Sá Carneiro) e as mudanças que os jornais entretanto sofreram não são independentes do maior pendor de notícias para cobrir a morte do ex-primeiro-ministro face, por exemplo, à utilização massiva de breves nos casos de José Saramago (2010) ou Eusébio (2014). No entanto, recordemos que na sequência da morte de Salazar as breves foram o género mais utilizado, pelo que a sua menor importância na análise da morte de Sá Carneiro pode significar que há mais matéria informativa e, por isso, as notícias aparecem em maior número.

Gráfico 69 – Géneros jornalísticos utilizados na cobertura da morte de Sá Carneiro



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

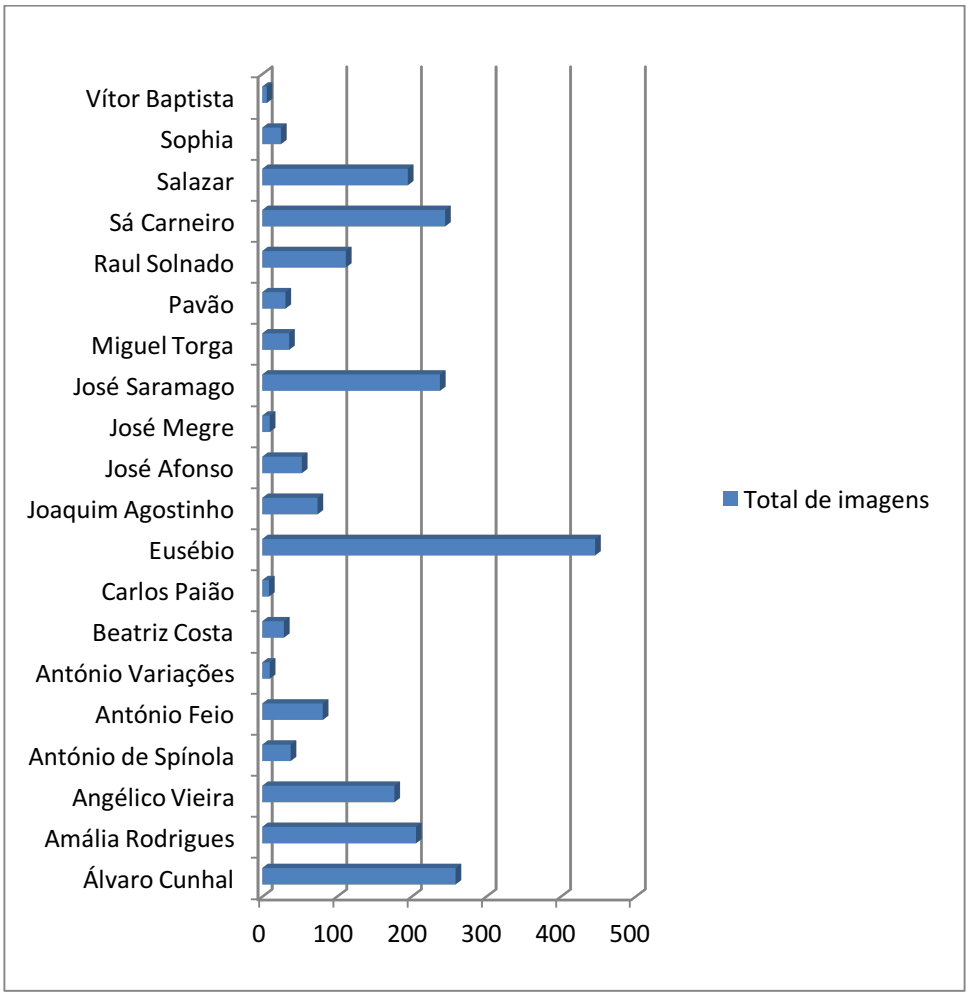
5.4 As imagens

A primeira e mais óbvia conclusão a tirar acerca do uso da imagem é que uma maior cobertura da morte tem associado o recurso a um maior uso de imagens.

Das 2280 imagens identificadas no conjunto dos 20 casos escolhidos para este estudo (Gráfico 70), Eusébio foi a personalidade cujo conteúdo representa maior número de fotografias utilizadas. A utilização massiva de foto-legendas não é independente deste facto. Assim, 20% do total de imagens foram publicadas nos jornais referentes a Eusébio. Em segundo lugar, encontramos Álvaro Cunhal, cuja cobertura da morte originou a publicação de 259 imagens. Segue-se Sá Carneiro (245 imagens), José Saramago (238 imagens) e Amália Rodrigues (206 imagens). Em sentido contrário estão as personalidades

cuja morte foi alvo de menos atenção por parte dos periódicos: Vítor Baptista, José Megre e Carlos Paião.

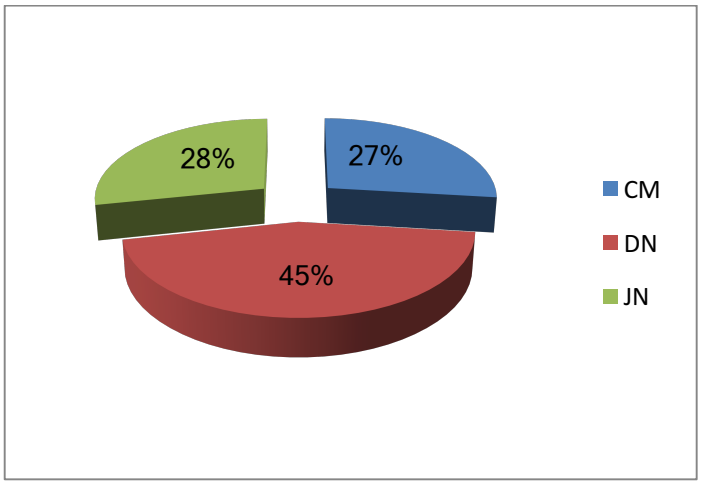
Gráfico 70 – Número de imagens utilizadas na cobertura da morte das personalidades nos jornais



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Quanto à diferenciação por jornal (Gráfico 71), o Diário de Notícias destaca-se por ser o jornal onde se publicaram a maioria das imagens, enquanto o posicionamento do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias está mais próximo, ainda que este último esteja ligeiramente acima.

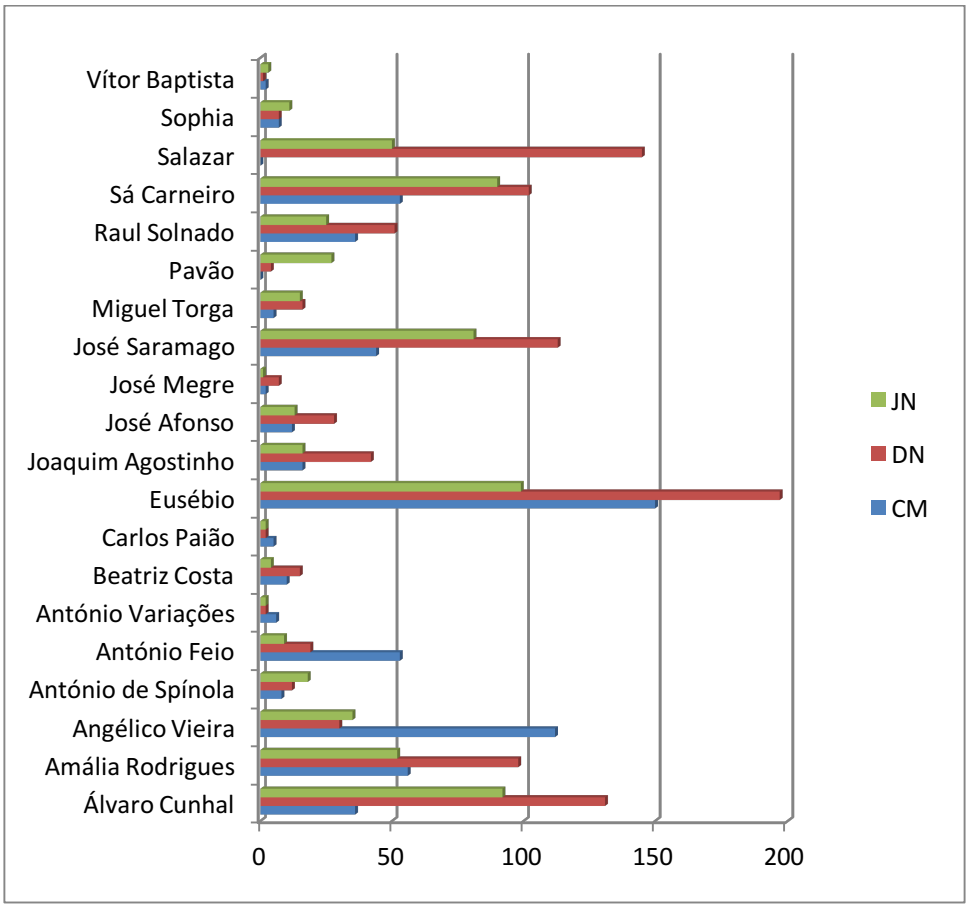
Gráfico 71 – Percentagem de imagens utilizadas, no total dos casos, em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Da análise do número de imagens, em relação com cada jornal e com cada personalidade (Gráfico 72), Eusébio foi o caso em que cada um dos periódicos recorreu ao maior número de fotografias, o mesmo não se verificando em relação às outras personalidades que somaram maior número total de fotografias. Álvaro Cunhal foi a segunda personalidade com maior número total de imagens, mas essa preponderância só se verifica no caso do Jornal de Notícias. No Correio da Manhã, a segunda personalidade cuja cobertura da morte somou o maior número de fotografias foi Angélico Vieira, seguindo-se Amália Rodrigues, António Feio e Sá Carneio. No Diário de Notícias, a segunda cobertura que congregou mais imagens foi a da morte de Salazar, seguindo-se Álvaro Cunhal e José Saramago. Por sua vez, o Jornal de Notícias publicou maior número de fotografias a propósito da morte de Eusébio, Álvaro Cunhal, Sá Carneiro e José Saramago.

Gráfico 72 – Número de imagens publicadas, caso a caso, em cada jornal



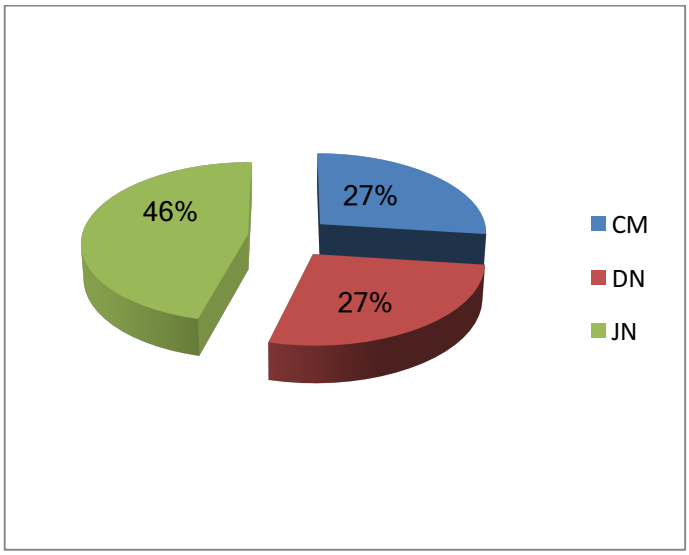
Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

No âmbito do uso das imagens, outro aspeto que nos parece relevante prende-se com os casos em que essas mesmas imagens retratam os cadáveres das personalidades.

Autores como Folker Hanusch (2010) ou Barbie Zelizer (2010) argumentam que as imagens da morte nas notícias não são gráficas e procuram, até, esconder a morte (Hanusch, 2010: p.34). A realidade é que nem todas as personalidades levaram os jornais a publicar as suas imagens dentro do caixão. Em alguns casos isso deveu-se ao facto de o jornal não acompanhar o funeral da personalidade ou, até, de o funeral ter acontecido com o caixão fechado.

Vejamos, então, os casos em que os periódicos publicaram imagens dos cadáveres (Gráfico 73). No total foram publicadas 37 fotografias dos corpos, sendo que destas 17 foram dadas à estampa pelo Jornal de Notícias, enquanto o Correio da Manhã e o Diário de Notícias publicaram dez imagens cada.

Gráfico 73 – Percentagem de imagens dos cadáveres publicadas em cada jornal

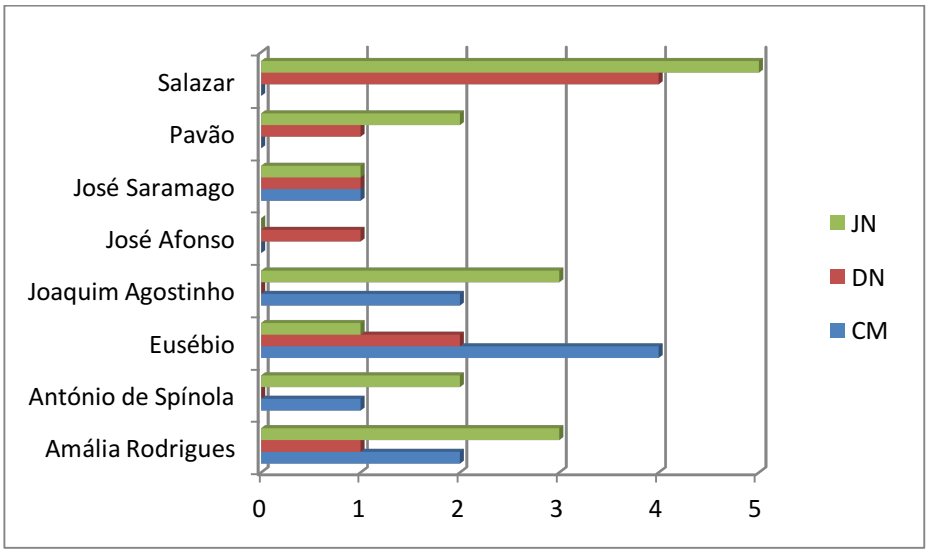


Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

As 37 imagens de cadáveres em que se vê a presença do cadáver (Gráfico 76) dizem respeito a Salazar (nove), Eusébio (sete), Amália Rodrigues (seis), Joaquim Agostinho (cinco), António de Spínola (três), José Saramago (três), Pavão (três) e José Afonso (uma). Apesar de só terem sido analisados dois jornais (Diário de Notícias e Jornal de Notícias), Salazar é a personalidade mais vezes representada após a morte.

Os três jornais mostraram também imagens dos corpos de Amália Rodrigues, Eusébio Silva Ferreira e José Saramago dentro do caixão. Em relação a António de Spínola, apenas o Diário de Notícias não publicou imagens do seu corpo. Também no caso de Joaquim Agostinho o Diário de Notícias foi o único a abster-se de retratar o ciclista depois de morto. O cadáver do futebolista Pavão foi retratado, a nosso ver, despudoradamente pelo Jornal de Notícias e Diário de Notícias. Por sua vez, o corpo de José Afonso aparece numa imagem do Diário de Notícias.

Gráfico 74 – Imagens dos cadáveres das personalidades em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

No total temos 37 imagens dos cadáveres das personalidades, o que representa 4,83% do total de fotografias publicadas junto dos artigos que fizeram referência à figura pública na sequência da sua morte. Parece-nos importante recordar aqui o estudo já mencionado e levado a cabo por Hanusch (2008), que após analisar quatro jornais concluiu que das 351 imagens encontradas, só 16 eram fotografias onde era possível ver o corpo da pessoa falecida, ou seja, 4,56%.

De acordo com a perspetiva de Hanusch (2010: p.77), hoje em dia são pouco frequentes as imagens da morte na imprensa. Na segunda metade da linha temporal do nosso estudo (1999-2014), encontramos exemplos de imagens de cadáveres nas páginas dos jornais, nomeadamente, em 1999, no caso de Amália, em 2010, após a morte de José Saramago, e em 2014, no caso de Eusébio. Falamos, pois, de três figuras que se distinguem pela sua notoriedade. Claro que se os velórios tivessem sido feitos com o caixão fechado, dificilmente os jornais publicariam estas imagens, mas o facto de o corpo estar exposto também não significa que o jornal tenha, obrigatoriamente, de o fotografar e, sobretudo, de publicar essa imagem. Concluímos, portanto, que é uma escolha consciente e, curiosamente, as três personalidades que inserimos na categoria de heróis, são não só as que deram origem a uma cobertura mais ampla das suas mortes, mas também aquelas que, nos últimos 18 anos, tiveram os seus cadáveres mais fotografados e publicados na imprensa. Não podemos, no entanto, deixar de mencionar o ângulo mais tímido que os jornais adotaram a partir de 1999. No caso de Amália Rodrigues, por exemplo, os três

jornais escolheram ângulos, ora panorâmicos, ora distanciados, de modo a não expor demasiado a imagem do cadáver ao leitor. No caso de José Saramago, o Correio da Manhã foi mais desinibido, mas o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias optaram por uma fotografia que desfoca o rosto do morto. Já no que diz respeito a Eusébio, os jornais não hesitaram em mostrar o cadáver de uma forma mais aberta do que nos outros casos, pondo fim ao que parecia ser um posicionamento de maior contenção.

Indo ao encontro da teoria de Hanusch, concluímos que as imagens mais antigas são mais gráficas do que as atuais, no sentido em que a maioria dos cadáveres retratados figura em jornais com, pelo menos, 20 anos: António de Spínola, José Afonso, Joaquim Agostinho, Pavão e Salazar. Estes dados vão ao encontro da ideia defendida pelo autor, para quem existe um cuidado no tratamento gráfico da morte, com a preocupação de não ferir suscetibilidades.

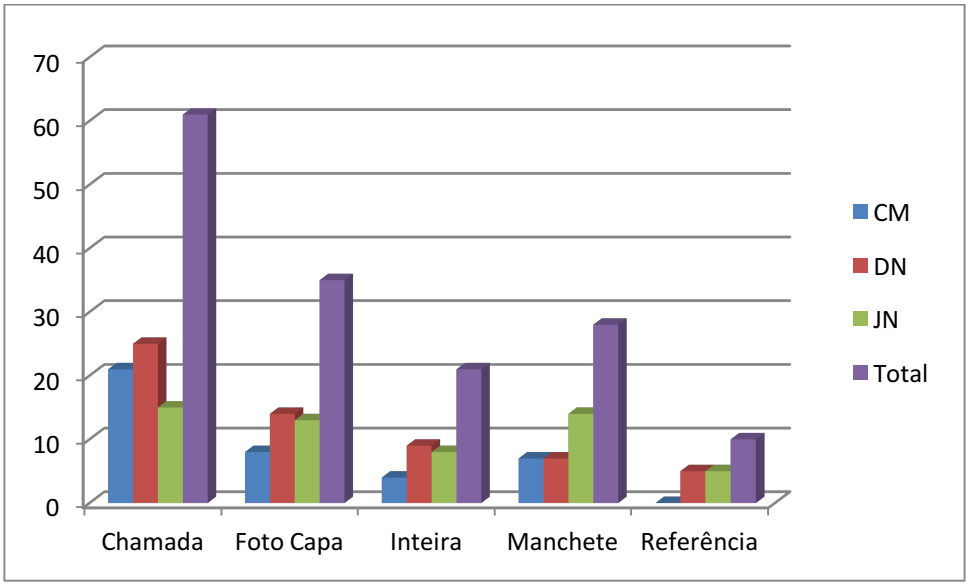
À medida que avançamos no tempo, os jornais parecem retrair-se e inibir-se de mostrar o corpo da personalidade, exceto em casos extraordinários, como o de Eusébio. Aquando da morte de Joaquim Agostinho, em 1984, todos os jornais analisados mostraram, sem qualquer pudor, o corpo do ciclista exposto no caixão. Neste caso concreto, falamos de uma morte na sequência de um acidente do qual resultou uma fratura no crânio, pelo que a cabeça de Agostinho estava envolta em ligaduras, o que não inibiu os jornais de o retratarem de perto. Basta avançarmos vinte anos para encontrarmos a ausência do corpo de Sophia de Mello Breyner. As imagens retratam o seu caixão, ora fechado, ora a ser colocado dentro do carro funerário, ora aberto, mas com o corpo convenientemente tapado pelas flores colocadas em primeiro plano na imagem. Parece-nos, pois, que podemos falar de uma escolha consciente dos jornais, que sublinha uma tendência. Ainda que ao longo dos anos continuasse a ser mostrada a morte, os jornais passaram a fazê-lo recorrendo a uma simbologia (as flores ou o caixão fechado), de modo a esconder o corpo, possivelmente numa atitude de retração e respeito. Não queremos com isto dizer que os jornais não respeitem Amália, José Saramago ou Eusébio, nem sequer que não tenham respeitado as figuras que retrataram de caixão aberto durante os anos 80 e parte dos anos 90. Apenas salientamos a emergência de uma política da imagem, sustentada na bibliografia consultada, acerca da morte, a que, aparentemente, só as grandes figuras parecem escapar.

5.5 A morte na capa dos jornais

Outro dos aspetos que nos pareceu pertinente isolar e analisar é a presença das personalidades, após a sua morte, nas capas dos jornais analisados. Registámos 155 destaques de primeiras páginas, no total das 915 edições analisadas, sendo que a maioria são referentes ao Diário de Notícias (60), seguindo-se o Jornal de Notícias (55) e o Correio da Manhã (40).

Quanto ao tipo de destaques (Gráfico 75), aquele a que os jornais recorreram mais vezes foi a chamada, seguida da foto de capa, da manchete e da capa inteira. Registámos apenas dez referências nos 155 destaques identificados. Quanto aos jornais, o Diário de Notícias foi quem publicou maior número de chamadas, fotos de capa e capas inteiras. O maior número de manchetes foi publicado no Jornal de Notícias e as referências, categoria inexistente no Correio da Manhã, foram publicadas em igual número pelos outros dois periódicos.

Gráfico 75 – Destaques de primeira página, números totais e por cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

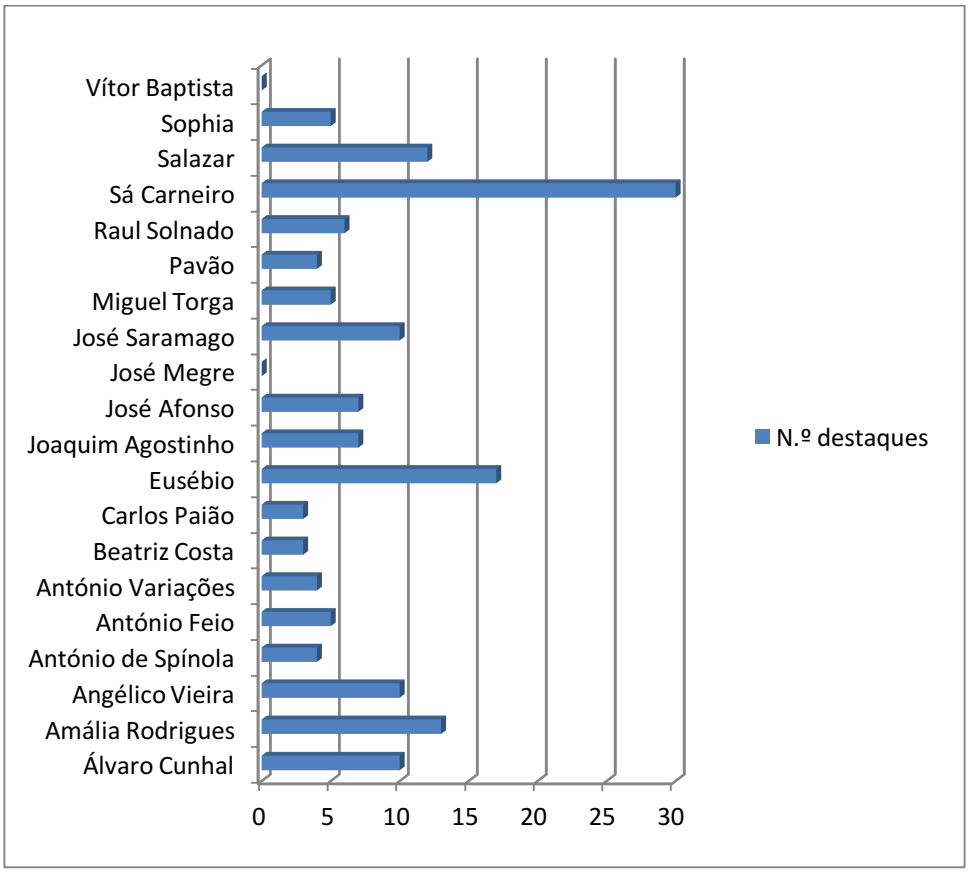
No que toca às primeiras páginas do conjunto dos três periódicos, outra das conclusões que podemos retirar prende-se com o maior número de destaques (Gráfico 76), que foi dado a Sá Carneiro. Num total de 51 edições analisadas, o ex-primeiro-ministro foi referenciado 30 vezes nas capas dos três jornais, sendo que seis desses destaques foram capas inteiras, dois foram manchetes, quatro foram fotos de capa, oito foram chamadas e dez foram referências. Dos 30 destaques de primeira-página que resultaram da morte e efeméride de

Sá Carneiro, 14 referem-se às capas do Diário de Notícias, sendo que em alguns casos o seu nome foi mencionado mais do que uma vez em destaques diferentes. No Jornal de Notícias o nome do ex-primeiro-ministro foi referido 13 vezes e no Correio da Manhã apenas três. A segunda personalidade com maior presença nas capas dos diários foi Eusébio, sendo que nas 42 edições analisadas o seu nome foi mencionado em 17 primeiras páginas. Em terceiro lugar encontramos Amália Rodrigues, cujo nome foi mencionado em 13 capas das 45 edições dos três jornais diários. Segue-se Salazar, cujo nome figurou em 12 primeiras páginas do Diário de Notícias e Jornal de Notícias, sendo que, neste caso, trata-se apenas dos onze dias após a sua morte, pois nenhuma das efemérides seguintes foi assinalada pelos jornais. Em 5.º lugar está Álvaro Cunhal, cuja morte deu azo a referências em 11 capas das 45 edições analisadas.

Francisco Sá Carneiro, Eusébio, Amália, Salazar e Álvaro Cunhal foram, então, as cinco personalidades cuja morte foi mais destacada nas capas dos jornais. Em relação a Sá Carneiro é preciso recordar que o então primeiro-ministro morreu num acidente de viação em véspera de eleições presidenciais, pelo que, além da relevância da sua morte, que justificou alguns dos destaques de primeiras páginas, é preciso ter em conta que muitas vezes o seu nome surgiu também no contexto das notícias acerca da situação de incerteza política que a sua morte gerou, dada a proximidade das eleições presidenciais. Já no que toca a Salazar, o facto de o ex-Presidente do Conselho se encontrar em quarto lugar (sobretudo tendo em conta que só dois jornais foram analisados) não é imune à vigência do Estado Novo e a uma certa deferência, sobretudo por parte do Diário de Notícias, que já identificámos durante a nossa análise. A questão da censura não só cortava excertos dos textos, como também obrigava os jornais a publicar informações, pelo que a presença da morte de Salazar nas capas dos jornais não pode ser olhada de forma isolada dessa realidade.

O destaque das capas no que toca às restantes personalidades é mais ou menos equivalente. No entanto, parece-nos relevante elencar as personalidades cuja morte não fez parte das primeiras páginas dos jornais analisados. O falecimento de José Megre e Vítor Baptista não figurou em nenhuma das capas dos três diários. Ainda de referir o caso de José Afonso, que não foi referenciado em nenhuma primeira página do Correio da Manhã, sendo que motivou um total de quatro referências nas primeiras páginas do Diário de Notícias e do Jornal de Notícias.

Gráfico 76 – Destaques de primeira página, para cada personalidade, nos três jornais



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Detalhando, agora, os diferentes tipos de destaques de capa, comecemos por analisar o destaque de capa inteira, que foi registado 21 vezes. Os únicos casos em que os jornais dedicaram capas inteiras à morte das personalidades foram os de Salazar (sete), Sá Carneiro (seis), Amália Rodrigues (quatro), Álvaro Cunhal (duas) e Eusébio (duas).

Quanto às manchetes, estas foram usadas quando da morte de Eusébio (quatro), Joaquim Agostinho (quatro), Amália (três), Angélico (três), José Saramago (três), Pavão (duas), Raul Solnado (duas), Sá Carneiro (duas), Álvaro Cunhal (uma), António de Spínola (uma), Miguel Torga (uma), Salazar (uma) e José Afonso (uma).

As fotos de capa foram utilizadas nos casos do falecimento de Eusébio (seis), Angélico (quatro), Sá Carneiro (quatro), Álvaro Cunhal (três), Amália (três), António Feio (três), José Saramago (três), Joaquim Agostinho (duas), Raul Solnado (duas), Sophia de Mello Breyner (duas), Beatriz Costa (uma), Miguel Torga (uma) e José Afonso (uma).

Já as chamadas estão presentes na cobertura da morte de Sá Carneiro (oito), Eusébio (cinco), José Afonso (cinco), Álvaro Cunhal (quatro), António Variações (quatro), José Saramago (quatro), Salazar (quatro), Amália (três), Angélico (três), António de Spínola (três), Carlos Paião (três), Miguel Torga (três), Sophia de Mello Breyner (três), António Feio (duas), Beatriz Costa (duas), Pavão (duas), Raul Solnado (duas) e Joaquim Agostinho (uma).

Por último encontramos as referências de primeira página, presentes apenas no caso de Sá Carneiro (dez).

Podemos, pois, concluir, que as personalidades cuja morte assumiu maior impacto, foram aquelas que ocuparam a capa inteira dos jornais. Dessa perspetiva, o nome de Salazar aparece em primeiro lugar, visto que Diário de Notícias e Jornal de Notícias lhe dedicaram, respetivamente, quatro e três capas inteiras. Surge, em segundo lugar, o nome de Sá Carneiro, pois a morte do ex-primeiro-ministro teve duas primeiras páginas inteiras em cada um dos jornais. No caso de Amália e Eusébio, ambos mereceram a totalidade das primeiras páginas de cada um dos periódicos. De registar a discrepância no caso de Álvaro Cunhal, cuja capa inteira foi concedida pelo Diário de Notícias e Jornal de Notícias, mas não pelo Correio da Manhã.

5.5.1 Títulos mobilizadores

As primeiras páginas comportam, muitas vezes, títulos e opções gráficas que se afiguram como sinónimo de empenho e mobilização e que, por vezes, podem ser interpretados como verdadeiros epitáfios. Ao longo do nosso estudo encontrámos alguns exemplos que mostram uma certa construção da memória coletiva, por parte do jornal, ao escolher frases que visam homenagear a personalidade falecida ou, ao contrário, optar pela economia das palavras, em jeito de recolhimento.

O primeiro exemplo foi encontrado após a morte de Amália Rodrigues. Até então os jornais, na maioria das vezes, fazem os seus títulos anunciando que morreu determinada personalidade, podendo então atribuir-lhe caraterísticas, como no caso de Spínola ("Morreu o símbolo da transição") ou de Beatriz Costa ("Beatriz Costa - Morreu a menina de Lisboa"). No dia após o falecimento de Amália Rodrigues, o Diário de Notícias preencheu a primeira página com uma fotografia da fadista e, em baixo, uma pequena legenda, onde se dizia apenas "Amália, quis Deus que fosse o meu nome", deixando

transparecer a intenção do jornal em deixar a imagem falar por si. O mesmo jornal foi mais longe após a morte de Álvaro Cunhal, visto que no dia seguinte publicou apenas uma imagem a preto e branco do ex-líder comunista, que ocupava a totalidade da capa, e sem qualquer título, legenda ou menção. Por baixo lê-se apenas "Reedição actualizada do especial DNa dedicado a Álvaro Cunhal".

Outro exemplo acontece a propósito da morte de Sophia de Mello Breyner. No dia seguinte, o Diário de Notícias escreve apenas "Sophia 1919-2004" em cima de uma imagem, a preto e branco, da poetisa. Álvaro Cunhal é outro dos casos onde se registam estratégias semelhantes, com o Correio da Manhã a colocar também a data de nascimento e de morte junto da sua imagem. O mesmo acontece no Diário de Notícias, após a morte de Eusébio.

Com a morte de Álvaro Cunhal, o Jornal de Notícias opta por outra estratégia, publicando a fotografia do ex-dirigente do PCP e, ao lado, o título "tudo o que faz o verão subir a prumo chegou ao fim", citação de Eugénio de Andrade, numa alusão à morte de ambos que aconteceu no mesmo dia. Raul Solnado é também exemplo destes títulos em formato de epitáfio. Podemos salientar a opção do Jornal de Notícias que, usando uma imagem do ator na sua juventude, adaptou uma conhecida frase sua e titulou: "Faz o favor de ser feliz". Exemplo semelhante, também no Jornal de Notícias, foi identificado após a morte de José Saramago, quando o periódico, em mais de meia página, por cima da imagem da personalidade, coloca entre aspas o título "A história acabou, não haverá mais nada que contar", uma citação do livro Caim, da autoria do escritor.

5.6 O ruído e a noticiabilidade face à atenção mediática

Outra das conclusões que podemos retirar da análise efetuada neste estudo prende-se com o ruído que diminui o grau de atenção que algumas das mortes aqui estudadas tiveram por parte dos periódicos. Definimos ruído, porque se tratam de factos que perturbam a atenção dada ao falecimento de cada uma das personalidades. Mas podemos chamar-lhes também acontecimentos concorrentes, que disputam a atualidade em cada uma das edições. Com efeito, muitas vezes este ruído está diretamente ligado com os valores-notícia que assumem maior primazia em relação a outros de menor importância. Além disso, a questão do ruído determina o poder e a autonomia das personalidades de se imporem aos *media* e aos acontecimentos.

O incêndio no Chiado, um dia antes da morte de Carlos Paião, é um exemplo concreto de como a morte do cantor, sobretudo dadas as suas circunstâncias trágicas, foi menos desenvolvida do que, presumivelmente, teria sido se o incêndio não tivesse ocorrido no dia anterior. Sobressai a ideia que os periódicos estavam demasiado centrados no incêndio e nas suas consequências, para poderem prestar a devida atenção à morte prematura de Paião. Soma-se a isto o facto de Paião ter falecido a 26 de agosto, que coincide com um período em que habitualmente as redações têm menos jornalistas. A cobertura que nos recordávamos de ver nos jornais aquando da morte de Angélico Vieira, cujo falecimento se deu mais ou menos nas mesmas condições, levou-nos a projetar uma cobertura similar em relação à morte de Carlos Paião, algo que não se verificou. Não desvalorizando a temporalidade de cada um dos acontecimentos e as mutações verificadas na noticiabilidade dos *media*, a explicação mais imediata para este tipo de disparidade prende-se com o impacte noticioso de um acontecimento como o incêndio do Chiado. Segundo Traquina (2002: p.197) o dia noticioso significa que os acontecimentos do dia estão em concorrência uns com os outros, pelo que um acontecimento como o incêndio no Chiado, tendencialmente, impor-se-á a todos os restantes.

No entanto, e visto que incluímos onze edições pós-morte de cada personalidade, alguns dias depois, feito o rescaldo noticioso do incêndio, os periódicos poderiam ter recuperado a notícia da morte de Paião, algo que não aconteceu. Com isto fica provado que, por razões de coerência editorial, quando um acontecimento perde a sua oportunidade de ser noticiado, pode nunca mais recuperar dessa situação. No caso da morte de Paião, a sua secundarização prende-se, diretamente, com a particularidade do dia noticioso, mas, também, com a autonomia da personalidade. Se, em vez de Carlos Paião, o trágico acidente tivesse ocorrido com Amália, os jornais não deixariam de fazer uma cobertura massiva do acontecimento, não obstante o incêndio do Chiado. Com efeito, não são apenas os *media* que atribuem mais ou menos relevância às personalidades públicas. Quanto menos o reconhecimento público de uma personalidade estiver dependente dos *media*, maior a sua capacidade de ela se impor às contingências noticiosas do dia. Deste modo, não será possível pensar os acontecimentos mediáticos como uma pura produção dos meios de comunicação social: por vezes, o tratamento mediático está para além dos *media* e é-lhes socialmente imposto.

Os valores-notícia subjacentes à morte de Carlos Paião são a morte, notoriedade, novidade, notabilidade, inesperado e potencial de dramatização. Acontece que para os três diários, em 1988, este caso não foi tratado em consonância, porque um outro acontecimento com idênticos valores-notícia, mas com uma maior repercussão pública se impôs a toda a atualidade do dia e dos que se lhe sucederam.

Também a final do Campeonato da Europa de Futebol, na qual Portugal defrontou a Grécia, no dia do funeral de Sophia de Mello Breyner, pode ter alterado o destaque dado à cobertura noticiosa do falecimento da poetisa. Ainda assim, a sua morte foi noticiada e teve algum destaque nas primeiras páginas dos três jornais analisados: foi foto de capa no Diário de Notícias e no Jornal de Notícias e objeto de uma chamada no Correio da Manhã. No entanto, o seu funeral acabou por não merecer qualquer destaque de primeira página, nem pelo Correio da Manhã, nem pelo Jornal de Notícias, tendo o destaque ido para a Seleção Nacional, que, na véspera, havia perdido, frente à Grécia, a final do Campeonato Europeu de futebol, tema que ocupou em exclusivo as primeiras páginas destes jornais. Neste âmbito, o Diário de Notícias foi o único a dar algum espaço ao funeral de Sophia, com uma chamada de primeira página sobre o acontecimento.

O ruído que afeta a noticiabilidade revela-se também no caráter excêntrico de António Variações e, na altura, da doença que o matou. De facto, António Variações foi uma das personalidades com menos destaque nos jornais, apesar de gozar já de algum reconhecimento na sua vida pública e artística. Neste caso, seria de esperar que a morte de um jovem cantor desse que falar, sobretudo por ter falecido de uma doença ainda desconhecida. Paradoxalmente, parece-nos que talvez seja essa uma das justificações para o menor grau de atenção mediática que António Variações obteve. O músico foi uma das primeiras vítimas conhecidas de Sida, em Portugal e, face à estranheza e à complexidade que a doença ainda causava na altura, em alguns casos estigmatizada socialmente, talvez os jornais tivessem optado por secundarizar o falecimento de António Variações. A acrescentar a este facto, também a irreverência de António Variações e a estranheza que a sua imagem causava poderão também justificar o afastamento que os jornais assumiram aquando da sua morte.

No caso de António Variações, o Correio da Manhã foi o único jornal que usou a palavra Sida, mas em forma de interrogação: “a pneumonia surge como a hipótese mais consistente

para justificar a morte de Variações, embora se avente também a probabilidade de o cantor minhoto ter sido vítima de um invulgar síndrome pulmunar. A SIDA?" [sic][280]

Não sendo possível confirmar cabalmente esta hipótese, a sua pertinência decorre do conceito de clareza, um dos valores-notícias elencados por Galtung e Ruge, para quem um acontecimento que suscite muitas dúvidas dificilmente chegará a ser notícia. O mesmo diz Nelson Traquina (2002: p.198) quando fala em simplificação, lembra que "quanto mais o acontecimento é desprovido de ambiguidade e de complexidade, mais possibilidades tem a notícia de ser notada e compreendida".

Ainda que divulgar as causas da morte de alguém possa interferir com o seu direito de personalidade, não nos parece que o recato ético possa justificar a escassa cobertura da morte de António Variações. Ainda que estejamos perante uma doença diferente e socialmente não estigmatizada, os *media* não se recataram perante a enfermidade de José Afonso, tendo sido a sua morte noticiada em todos os jornais.

Estes aspetos parecem-nos poder explicar a razão pela qual, só mais tarde, depois destes "ruídos" terem sido socialmente assimilados, os *media* tenham reconhecido o valor de António Variações, facto patente na forma como recordaram a data da sua morte.

Nesta linha de pensamento, outro caso de ruído é o de Vítor Baptista, jogador do Benfica de grande êxito, mas que as circunstâncias da sua vida pessoal votaram ao esquecimento, após ter terminado a sua carreira. A vida do ex-jogador de futebol enquadra-se na tipologia de Chris Rojek (2001: p.80), para quem o percurso de vida de uma figura pública pode resultar, tanto num processo de flagelação, como na desintegração do seu reconhecimento público (desintegração), como, ainda, na sua recuperação (redenção). No caso de Vítor Baptista, estaríamos mais perante um caso de flagelação, ou seja, degradação sistemática do seu *status* de celebridade, quer por motivos internos (auto-degradação), quer por motivos externos à personalidade (exo-degradação) (Rojek, 2001: p.81). Os casos extremos de flagelação levam à desintegração, o que nos parece ser o caso de Vítor Baptista. Nestes casos, segundo Chris Rojek, os traços que caraterizavam a celebridade desaparecem por completo e já não podem ser recuperados, pelo que, aquando da sua morte dificilmente esta terá o impacto que teria se ele tivesse falecido antes do processo social e mediático de flagelação. O exemplo de Vítor Baptista espelha bem como uma

[280] "António Variações é autopsiado hoje" (1984) *Correio da Manhã*, 14 de junho, p. 12.

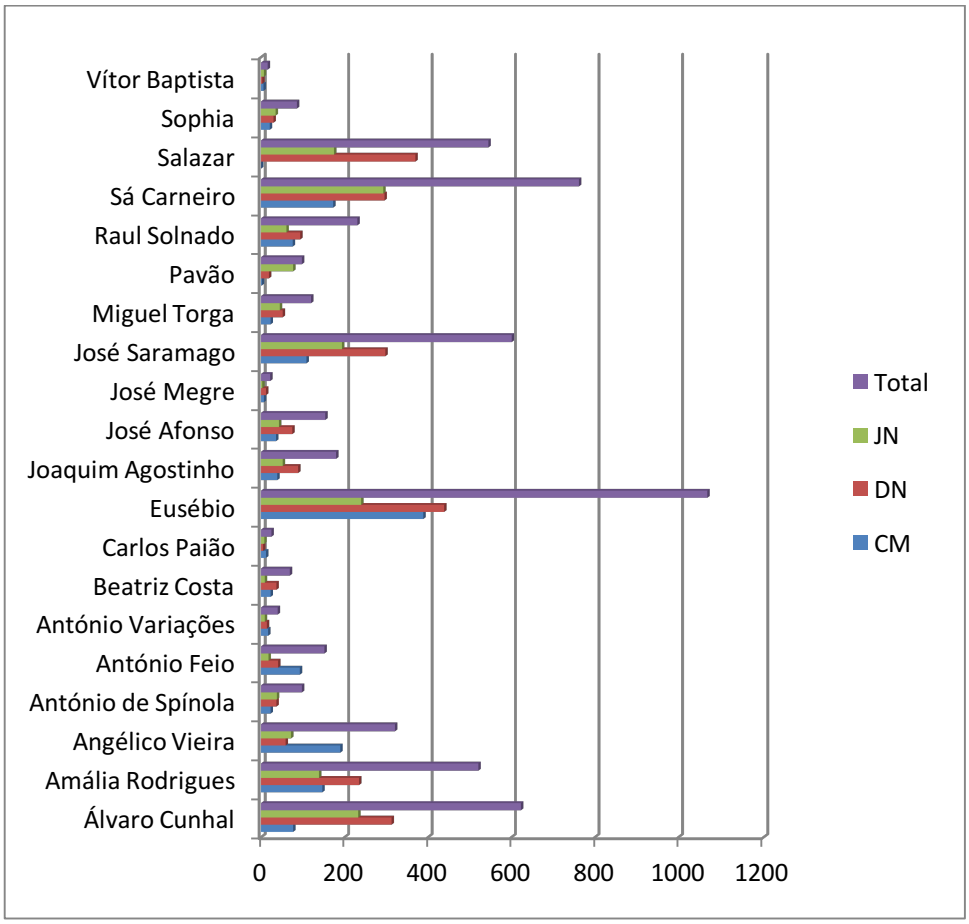
personalidade pode atingir o seu auge e, face a circunstâncias pessoais, ir decrescendo em relevância até quase cair no esquecimento. Assim, o seu percurso de vida e o afastamento da vida pública representam o ruído que impediu os meios de comunicação social de atribuir à morte de Vítor Baptista o tratamento de uma celebridade do mundo do futebol.

5.7 Amplitude da cobertura: razões para as divergências

Ao longo da nossa análise percebemos que a amplitude da cobertura da morte de cada uma das personalidades não é igual em todos os jornais. Considerando a totalidade dos casos analisados, concluímos imediatamente que o Diário de Notícias é o jornal que dá mais atenção à morte das figuras públicas, mas também percebemos que a amplitude do tratamento noticioso diverge de jornal para jornal, muitas vezes com base em critérios que não são bem claros.

Somando o número de páginas, número de peças e número de imagens publicados a propósito da morte de cada uma das personalidades (Gráfico 77), percebemos quem teve mais e menos destaque, bem como as possíveis divergências no tratamento. Eusébio foi a figura com mais presença mediática no conjunto dos três jornais, seguindo-se Sá Carneiro, Álvaro Cunhal, José Saramago, Salazar e Amália Rodrigues. Estes dados apenas confirmam a prevalência já verificada na análise isolada das imagens, peças e número de páginas. Os nomes mais consensuais, ou seja, em que a cobertura foi mais equilibrada por parte dos três jornais, são os de Amália Rodrigues, António de Spínola, António Variações, Beatriz Costa, Carlos Paião, Eusébio, Joaquim Agostinho, José Megre, Miguel Torga, Raul Solnado, Sá Carneiro, Sophia de Mello Breyner e Vítor Baptista.

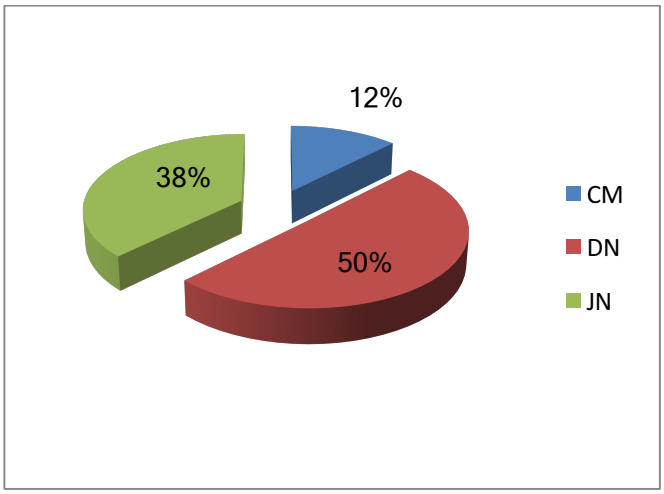
Gráfico 77 – Número total de páginas, peças e imagens, por personalidade, em cada jornal



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

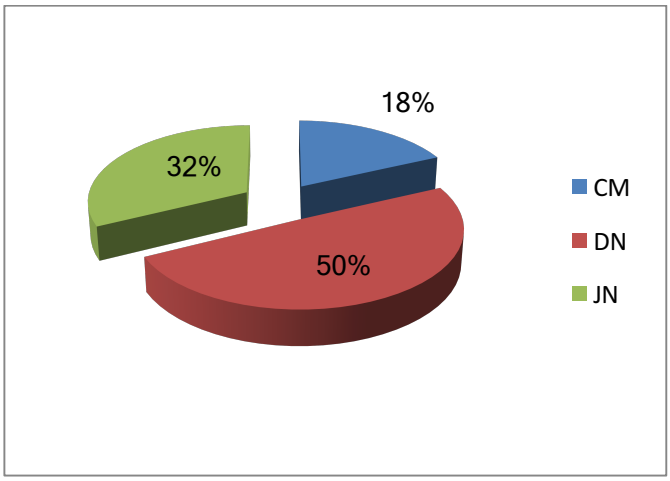
Quanto às discrepâncias encontradas, elas são mais notórias no caso de Álvaro Cunhal (Gráfico 78), José Saramago (Gráfico 79), Pavão (Gráfico 80) e Salazar (Gráfico 81). No caso de José Afonso, esta discrepância, como veremos, verifica-se na cobertura dos onze dias após a sua morte, mas desaparece quando analisamos o total de edições (incluindo as efemérides).

Gráfico 78 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de Álvaro Cunhal



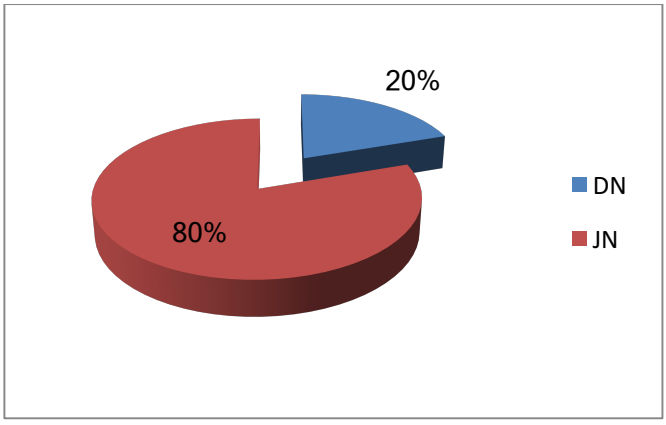
Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Gráfico 79 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de José Saramago



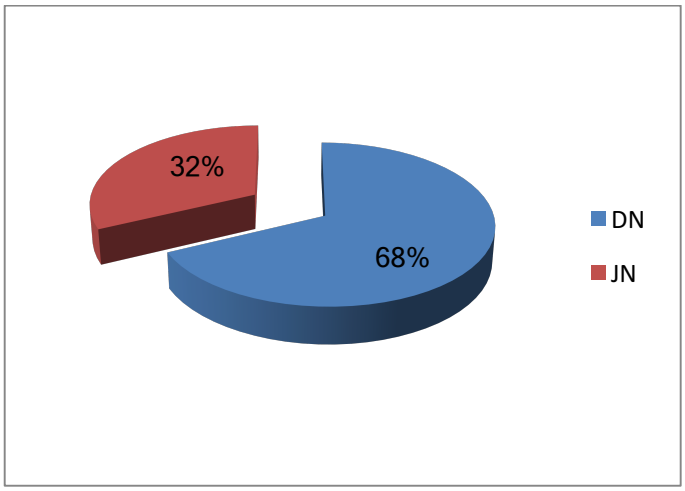
Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Gráfico 80 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de Pavão



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Gráfico 81 – Total de peças, imagens e páginas na cobertura da morte de Salazar



Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Assim, entre as conclusões a retirar desta primeira análise, está o facto de a amplitude do tratamento noticioso da morte das personalidades poder estar condicionado, no caso das figuras políticas, pela orientação editorial do jornal em causa. No caso de António de Oliveira Salazar é óbvio que o nível de tratamento foi ditado pelo facto de se tratar da morte do Presidente do Conselho em plena época de vigência do Estado Novo e da censura sobre a imprensa. Assim, a maior amplitude que a morte de Salazar teve no Diário de Notícias explica-se com base na orientação ideológica do título, assim como na menor relevância encontrada no Jornal de Notícias pode ser justificada pelo facto de este periódico ser, desde início dos anos 50 do século XX, um órgão de oposição velada ao regime.

No entanto, há outros casos mais recentes que levantam dúvidas. A morte de Álvaro Cunhal, José Afonso e de José Saramago são disso um exemplo.

A morte de Álvaro Cunhal, líder histórico do Partido Comunista Português, foi amplamente difundida pelo Diário de Notícias e pelo Jornal de Notícias. Estes dois periódicos também deram muita atenção ao falecimento de José Saramago. Ambos realçaram o facto de ter sido o único Prémio Nobel da Literatura português, bem como referenciaram a sua ação política ligada ao PCP e o seu ateísmo, origem das polémicas públicas em que se viu envolvido. O Diário de Noticias foi o periódico que deu mais atenção a ambos os casos, sendo que, no que toca a José Saramago, não terá sido alheio também o facto de o escritor ter chegado a ser diretor-adjunto daquele periódico. O mesmo aconteceu no caso de José Afonso, cantautor com música de intervenção e uma conotação

política de esquerda, cuja morte mereceu bastante destaque no Diário de Notícias e no Jornal de Notícias, nos onze dias após o seu falecimento.

Ao invés, o Correio da Manhã, na análise dos onze dias que decorreram após a morte, dedicou quase um décimo do espaço ocupado pelo Diário de Notícias à morte de Cunhal, um terço do número de páginas no que concerne ao falecimento de Saramago e um sétimo das páginas ocupadas pelo Diário de Notícias no caso de José Afonso. Apesar de não termos dados objetivos que nos permitam retirar inferências inequívocas, à primeira vista parece-nos que existe algum afastamento em relação a estas três figuras, que têm em comum o seu posicionamento ideológico.

Esse posicionamento está patente na atitude crítica que o Correio da Manhã manteve após o falecimento de José Saramago. No dia após a sua morte, a capa do Correio da Manhã destacou o pagamento das despesas do funeral por parte do Estado Português, relegando para segundo plano o falecimento da personalidade. No interior do jornal, esta visão é acentuada com a divulgação de um inquérito sobre o tema, publicando um gráfico onde 70% dos leitores consideram que o Estado não deveria pagar a trasladação do corpo de Saramago. Esta opinião parece legitimar o distanciamento crítico do jornal face a este acontecimento. Esta hipótese não é, porém, inteiramente corroborada pelo editorial do Correio da Manhã, cujo tom elogioso não deixa antever qualquer visão negativa acerca do Nobel da Literatura.

O outro exemplo que contribui para a nossa leitura de que o Correio da Manhã negligencia as figuras associadas à esquerda encontra-se na cobertura da morte de José Afonso. Não só o acontecimento não teve qualquer presença na primeira página do diário no dia seguinte ao cantor morrer, como o Correio da Manhã apenas referenciou José Afonso em duas páginas no total de edições analisadas. Além disso, o conteúdo editorial dá algum relevo à biografia do cantor, mas é caraterizado pela pouca diversidade de vozes (apenas duas personalidades ouvidas). O jornal fez a cobertura do funeral, mas, nos dias que se seguiram, foram anunciadas e tiveram lugar várias homenagens ao cantautor, nenhuma das quais foi noticiada pelo Correio da Manhã. De realçar, no entanto, que este jornal recordou José Afonso aquando dos dez e dos 20 anos após a sua morte, apesar de não o ter feito nas efemérides anteriores, pelo que os dados totais não mostram uma discrepância tão grande de critérios como nos outros casos. No caso da efeméride dos 20 anos, o jornal chega mesmo a fazer uma chamada na primeira página e aborda o legado musical do cantautor na

voz de alguns músicos e bandas da atualidade. O que nos parece seguro concluir é que José Afonso ganhou autonomia como personalidade nas décadas que se seguiram à sua morte e é hoje aceite como símbolo da cultura portuguesa, pelo que a figura acabou por se impor em relação a qualquer orientação ideológica ou editorial do Correio da Manhã, mais viva na memória pública aquando do seu falecimento. De realçar, aliás, que as duas efemérides são assinaladas no Correio da Manhã, com peças sempre focadas na música e nunca na ideologia nem na participação política de José Afonso.

Quanto a Álvaro Cunhal, além do menor espaço que a sua morte ocupou, face aos outros dois diários, nas edições do Correio da Manhã analisadas, há ainda a destacar questões de foro editorial. À semelhança do que aconteceu no caso de José Saramago, também aqui foi dado destaque a acontecimentos paralelos à própria morte. No dia após o funeral, o Correio da Manhã faz foto de capa com o acontecimento, mas destaca a presença da viúva, da filha e da irmã de Cunhal nas exéquias, enquanto os outros dois periódicos destacam a massa humana de milhares de pessoas que ladearam o caixão no cortejo fúnebre. Por outro lado, no dia após a sua morte o Correio da Manhã publica uma entrevista a um historiador, com apenas três questões, cujo título é "Vão ligá-lo ao comunismo e aos seus malefícios". O destaque de uma citação com cariz negativo, juntamente com o editorial publicado no mesmo dia e, ao lado desta entrevista, ajuda a justificar o nosso ponto de vista: o Correio da Manhã tem uma posição ideológica oposta àquela que guiou Álvaro Cunhal durante a sua vida política ativa. No seu editorial, o diretor do jornal, João Marcelino, fala de Cunhal e de Vasco Gonçalves, falecido dois dias antes, considerando que, no pós-25 de Abril, a sua ação quase lançou o país numa guerra civil e destacando que o luto nacional não devia ser por Cunhal, mas apenas por Manuel Tiago, seu pseudónimo literário. Ora, se o editorial é um texto que denota opinião e que expressa o ponto de vista do meio de comunicação social a respeito das notícias que publica (Martinez Albertos, 1974: p.143), não subsistirão dúvidas de que a posição ideológica do jornal diminuiu a importância pública e política de Álvaro Cunhal, um facto que parece ter eco na menor cobertura da sua morte: 13 páginas com referências a Cunhal em 15 edições, face às 96 páginas do Diário de Notícias e 56 páginas do Jornal de Notícias.

Ainda de realçar a questão geográfica como determinante da cobertura noticiosa dada a alguns acontecimentos. O Correio da Manhã e o Diário de Notícias têm sede em Lisboa, enquanto o Jornal de Notícias está sediado no Porto. Independentemente disso, os três

jornais assumem-se como jornais de âmbito nacional, no que toca à cobertura de acontecimentos, apesar de o Jornal de Notícias se assumir como um periódico da região Norte do país. Após a análise dos resultados, ficou claro que essa implantação tem influência no grau de atenção que cada jornal dá ao mesmo acontecimento. A morte súbita de Pavão, jogador do Futebol Clube do Porto, em pleno relvado, durante um jogo de futebol, constitui um acontecimento digno de relato e que, à partida, reuniria todas as condições para que a sua noticiabilidade fosse elevada: inesperado, notoriedade, morte, atualidade, drama, disponibilidade e amplificação. Acontece que o Jornal de Notícias deu bastante mais espaço ao acontecimento do que o Diário de Notícias, dando prioridade ao critério de proximidade, que o ligava ao clube e ao jogador da cidade nortenha. No dia após Pavão ter falecido, o Diário de Notícias faz referência à sua morte no meio do texto da crónica do jogo em questão, apesar de dedicar uma notícia exclusivamente ao acontecimento naquela mesma edição. O maior grau de atenção verificado no Jornal de Noticias não será, portanto, alheio ao facto de Pavão ser jogador do Futebol Clube de Porto, algo patente na extensão da cobertura realizada pelo periódico nortenho, bem como no facto de aquele ter sido o único diário a recordar o jogador aquando dos 20 anos após a sua morte.

O mesmo pudemos aferir no que diz respeito a Eusébio, apesar de as evidências não serem tão visíveis como no caso de Pavão. Ao contrário do que aconteceu com o Correio da Manhã e Diário de Notícias, a morte de Eusébio mereceu menos atenção por parte do Jornal do Notícias, constatação que podemos justificar pela referência clubística e regional: Eusébio foi jogador do Sport Lisboa e Benfica e são os periódicos sediados na capital que fazem uma cobertura mais ampla da sua morte. O destaque que o tema teve no Jornal de Notícias não foi acentuadamente menor em relação aos outros dois diários, mas chamou-nos a atenção que a morte de Eusébio desse azo a referências em 7,1% das páginas do Jornal de Notícias, face às 10,1% páginas ocupadas pelo Diário de Notícias. Em termos absolutos falamos de uma diferença de 48 para 85 páginas nas edições dos dois jornais. Ainda assim, não fica explícito que esta diferença se deva apenas à distância geográfica, sendo de realçar o mesmo comportamento dos três jornais em relação à morte de Amália Rodrigues: Diário de Notícias e Correio da Manhã optaram por um tratamento mais extenso (5,6% e 4,7% respetivamente) do que o Jornal de Notícias (2,6%). Poderíamos argumentar que Amália Rodrigues estava intimamente ligada à cidade de Lisboa, onde a sua carreira começou e terminou, mas não fica explícito no conteúdo das peças uma

diferenciação de tratamento por parte do Jornal de Notícias. Aliado à geografia, existe o facto de o Jornal de Notícias não ter sede em Lisboa, o que significa que tem menos jornalistas a trabalhar naquela cidade.

5.8 Conteúdos e ângulo de abordagem

A morte de cada uma das personalidades analisadas neste estudo assume caraterísticas singulares, ainda que possamos traçar linhas paralelas em algumas delas. Assim, a cobertura do acontecimento também não segue uma fórmula replicável. Há, isso sim, fatores que se repetem, como a publicação dos ecos da morte da personalidade da imprensa estrangeira, que funcionam como forma de legitimar a importância que a personalidade tinha, não só no plano nacional, mas também internacional.

A publicação de factos paralelos ou espoletados pela morte da celebridade é uma tendência assumida, sobretudo, pelo Correio da Manhã e pelo Jornal de Notícias. Aquando da morte de Francisco Sá Carneiro, por exemplo, o Correio da Manhã publicou uma breve, falando sobre o facto de um futurólogo ter previsto o assassinato de uma figura política e deixando assim implícita a tese de atentado, logo no dia após a morte do então primeiro-ministro.

A abordagem, por vezes, não se foca na morte em si, mas sim em eventos e acontecimentos paralelos, tal como já aqui referimos a propósito das razões que definem a amplitude da cobertura do tema. Exemplo disto é a notícia da morte de Saramago, dada pelo Correio da Manhã. Na sua capa, o periódico não realça o facto de o escritor ter morrido, mas sim o avião que o Estado fretou para trazer o corpo até Portugal, sendo que no interior do jornal o conteúdo também está bastante ancorado neste facto.

Outro exemplo foi registado após a morte de Angélico. No dia do seu funeral, o Jornal de Notícias escolheu destacar, também na sua primeira página, que o cantor iria a enterrar com um chapéu, vestido de branco, e sem os seus órgãos, uma vez que estes haviam sido retirados para doação. Já no âmbito da morte de António Feio, o Correio da Manhã destaca na sua capa que o ator morreu no dia de anos da filha e que havia perdido 15 quilos com os últimos tratamentos de quimioterapia. Destaquemos um último exemplo relativo ao Correio da Manhã: quatro dias após a morte de Eusébio, o jornal coloca em manchete o título "Benfica paga 15 000€/mês à viúva de Eusébio", juntamente com uma pequena imagem de Eusébio deitado no caixão e velado pela mulher. Segue-se, em pós-título, a informação de que o presidente do Benfica havia garantido as regalias à viúva de Eusébio,

que ficaria com o seu salário e com uma percentagem das vendas de *merchandising*. Por sua vez, o Jornal de Notícias fez notícia com o almoço da véspera da morte de Eusébio, um robalo que o antigo jogador de futebol pediu no restaurante Adega da Tia Matilde e não comeu.

Estes casos exemplificam posicionamentos editoriais que colocam os periódicos mais próximos da tabloidização, no sentido da valorização do trivial face a um evento de relevo como é a morte de cada uma destas três personalidades, bem como da espetacularização, caraterizada pela diluição da fronteira entre jornalismo e espetáculo, e o predomínio de notícias leves. Aliás, uma das caraterísticas dos jornais populares é a abordagem das questões públicas, a partir de uma perspetiva privada. É por isso que uma das conclusões da nossa análise mostra que existe uma tabloidização, no caso dos Correio da Manhã e do Jornal de Notícias, possivelmente resultado da questão das pressões publicitárias. Os casos de José Saramago (2010), António Feio (2010), Angélico Vieira (2011) e Eusébio (2014) ajudam a ilustrar a maior pressão em relação às vendas dos jornais, a crise financeira que assolou os meios de comunicação social nos últimos anos, a tendência para o sensacionalismo que se tornou uma marca da imprensa popular e o processo de acentuação da tabloidização e da espectacularização.

Tal como explorámos na segunda parte deste estudo, a tabloidização implica o sacrifício da informação face ao entretenimento e assenta na trivialização. Dizer que António Feio morreu no dia de anos da filha e estava 13 quilos mais magro aquando do seu falecimento é uma exploração do *voyeurismo*, que tem por consequência a trivialização da morte. Esta ideia de trivialização, que põe em causa a seriedade, como lembrava Rowe (2010), e a solenidade da morte, está relacionada com as estratégias comerciais, ajustando os seus conteúdos aos interesses do público. Recordamos que nestes quatro casos falamos de conteúdos que mereceram o destaque das primeiras páginas dos diários.

Por outro lado, os conteúdos que encontrámos nos jornais, e que têm também expressão no interior das edições, confirmam a tese defendida por Patterson (2003) de que hoje predomina uma informação mais leve e menos séria. Recordemos que aquando da morte de António Feio, a cobertura do seu funeral pelo Correio da Manhã incluiu o destaque de temas como as mensagens deixadas no facebook pelos seus entes queridos ou o facto de a sua filha ter conduzido um Porsche para o funeral, devido à paixão que o ator tinha por carros. Aquele diário destacou ainda o número exato de coroas de flores que foram

depositadas, a ausência da ex-namorada de António Feio e o facto de a família se ter recusado a prestar declarações à comunicação social.

Tal como dizia Patterson (2003: p.22), as "notícias que salientam incidentes e assuntos que têm pouco a ver com questões públicas e que são selecionadas pela sua capacidade de chocar, ou de entreter, podem distorcer a percepção que as pessoas têm da realidade". Esse enviesamento do olhar e enfoque em questões que, numa primeira análise, poderiam parecer irrelevantes acontece também, por exemplo, quando o Correio da Manhã noticia o desmaio da namorada de Angélico Vieira, quando soube da sua morte ou quando o mesmo jornal publica uma página inteira sobre a doação dos órgãos do cantor, que inclui uma entrevista ao diretor da unidade de transplantação do Hospital Curry Cabral. Quando morreu Eusébio, o Correio da Manhã manteve esta estratégia de trivialização e realce de notícias leves, por exemplo, dando conta que o Benfica pagou a conta do funeral do jogador ou fazendo notícia do facto de o atleta benfiquista Cardozo ter mantido sempre uma mão em cima do carro fúnebre onde seguiu Eusébio.

Lembremo-nos, como confirmam alguns autores, entre os quais Mário Mesquita (2002), Ramonet (1999) e Debord (2002), que os *media* têm de ser rentáveis e, para isso, precisam de ser lidos, vistos e ouvidos. Uma forma recorrente de chamar a atenção das audiências é, pois, a espetacularização, quer ao nível do predomínio do entretenimento, quer no que toca à atribuição de caraterísticas do espetáculo à informação. Concomitantemente, autores como Ramonet defendem que as imagens televisivas da dor, de sofrimento e de morte causam um impacto nas pessoas que os jornais têm dificuldade em atingir, pelo que a estratégia da imprensa para responder a isto assenta no apelo às emoções do leitor, na inflação dos acontecimentos e na valorização do dramatismo. Tal como confirmámos durante a nossa análise, por exemplo aquando da morte de Angélico Vieira, o Correio da Manhã diferenciou-se no conteúdo, em relação aos outros dois jornais, focando temas emotivos, apelando à sensibilização com textos e imagens sobre o sofrimento dos pais e amigos de Angélico Vieira e destacando pormenores de menor importância, como o facto de, na véspera do acidente, o cantor ter salvado um gato de ser atropelado.

O caso da morte de Angélico Vieira é, aliás, paradigmático no que toca à espetacularização, visto que a grande atenção dada ao acidente que vitimou o cantor denota um olhar mais direcionado para as causas e consequências dramáticas da morte, do que para a personalidade em si.

5.9 A opinião

A opinião é um género predominante, ocupando o terceiro lugar nos géneros mais utilizados pelos jornais no âmbito da morte das celebridades. Se somarmos os artigos, crónicas e editoriais percebemos que mais de 15% das peças incluem-se nos géneros de opinião. Esta presença significativa da opinião nos jornais é mais visível nos dias após a morte da figura pública, seja em artigos da autoria do público que assim homenageia a personalidade desaparecida, seja ainda nos textos assinados pelos colunistas e articulistas do jornal. Ainda assim, nem todas as personalidades suscitam a mesma reação nos colunistas do jornal nem nos seus leitores.

Quanto aos articulistas, o tema da morte da personalidade só é relevante à maioria das pessoas que mantêm colunas de opinião nos jornais quando se trata de figuras consagradas socialmente, como Eusébio ou Amália. Já a crónica é mais utilizada no caso da morte de figuras ligadas à cultura, como Beatriz Costa, José Saramago, Raul Solnado ou Miguel Torga. Apesar disso, identificámos crónicas publicadas após a morte de políticos, como Salazar, Álvaro Cunhal e António de Spínola.

No que diz respeito às cartas dos leitores, Rogério Santos convoca a opinião de Hall *et al.* (*cit. in* Santos, 2010: p.82) para quem as cartas são um elemento de diálogo estruturado entre o jornal e os leitores. Segundo o investigador português, estas cartas "expressam uma corrente de opinião da classe ou estrato social principal com o qual o jornal melhor se identifica" e a sua seleção para publicação pode ser regida por uma proximidade entre os interesses dos leitores e os interesses do jornal. No caso da morte, parece-nos que a escolha das cartas recai maioritariamente sobre as missivas que visam elogiar a personalidade falecida. Ou as cartas elogiosas são as únicas que os jornais recebem, ou os periódicos optam por não publicar as cartas de cariz mais crítico. De qualquer modo, em ambos os casos estamos perante a eliminação de tudo o que possa prejudicar o acontecimento, tal como Dayan e Katz defendem que acontece durante os cerimoniais televisivos. Segundo os autores, nestes *media events*, a realização televisiva elimina ou ignora os fatores que possam alterar ou prejudicar o acontecimento, sendo disto exemplo os distúrbios em Toxteth, durante o casamento de Carlos e Diana, que ficaram de fora da narração do cerimonial (Dayan e Katz, 1983: p.14). Concomitantemente, na nossa análise, encontrámos poucos exemplos de cartas de leitores que não contivessem elogios para fazer à personalidade falecida, como foi o caso de um artigo de Luciano Amaral, cronista do

Diário de Notícias, que se refere a Álvaro Cunhal como um perdedor, o que originou a publicação de três cartas de leitores, em reação ao artigo, condenando a análise de Luciano Amaral. No Correio da Manhã, aquando da morte de José Saramago, foi publicado o artigo de um leitor criticando o facto de o Estado pagar a trasladação. Neste caso, a opção pela publicação desta carta, a nosso ver, visa reforçar um posicionamento crítico a que o jornal deu bastante importância.

Outra das conclusões retiradas da análise dos géneros jornalísticos de opinião prende-se com a possibilidade de medir a importância da figura pública pela existência, ou não, de um editorial a ela dedicado. De facto, apenas Salazar, Eusébio, Amália Rodrigues, José Saramago, António de Spínola, Joaquim Agostinho, Raul Solnado ou Álvaro Cunhal, tiveram direito a um editorial no dia, ou dias, após o seu falecimento. No que toca a estes casos, nem todos os jornais dedicaram os seus editoriais a todas as personalidades e houve casos, como Eusébio, em que foram escritos seis editoriais com referências a ele.

A opinião é, pois, uma forma de consagração da figura pública e a sua presença é tanto maior quanto maior é a notoriedade da personalidade. É por isso que estes géneros são sobretudo identificados nos casos de Eusébio (73 artigos e seis editoriais), Álvaro Cunhal (48 artigos e quatro editoriais), Sá Carneiro (34 artigos e sete editoriais), José Saramago (34 artigos e dois editoriais) e Amália Rodrigues (25 artigos e 11 crónicas).

5.10 Subjetividades

Um dos fatores em análise neste estudo foram as marcas de subjetividade do discurso jornalístico, no que toca à cobertura da morte das celebridades. À partida, pensaríamos que o caso de Salazar seria um contraponto do que encontraríamos no pós-25 de Abril. Já esperávamos que a morte do ex-Presidente do Conselho, em pleno Estado Novo, fosse noticiada recorrendo a um texto marcadamente elogioso, quer pela sua importância, quer pelo facto de se viver numa ditadura, quer ainda pelo próprio estilo dos periódicos da época.

Acontece que, mesmo depois da Revolução dos Cravos, que devolveu a liberdade de imprensa aos jornais portugueses, continuámos a registar marcas de subjetividade, nomeadamente a voz do jornalista na notícia e a utilização dos pronomes coletivos, elementos que comunitarizam a dor e o pesar de que o autor da notícia e o próprio jornal dão expressão pública. Também a adjetivação, no sentido do juízo de valor, foi encontrada

em elevado grau nas notícias sobre a morte de cada uma das figuras públicas. Parece-nos seguro inferir daqui que o acontecimento morte de uma personalidade pública, pode constituir em si um espaço de exceções às regras da objetividade. Gaye Tuchman (1993) defendia que os jornalistas utilizavam determinadas estratégias, como por exemplo as citações ou a audição dos dois lados do conflito, para mostrar ao mundo que eram objetivos. No caso deste estudo, concluímos que a morte de alguém, enquanto ritual de separação da personalidade do mundo físico, justifica o uso de alguma subjetividade e o jornalista não se coíbe de o mostrar, julgando-se, possivelmente, a coberto de uma exceção presumida ou tolerada. A subjetividade pode ser a expressão da força da figura sobre o discurso mediático, na medida em que é capaz de impor a suspensão crítica do jornal e tolerar o discurso respeitoso e mesmo elogioso, desafiando, assim, as práticas comuns da objetividade e do distanciamento jornalístico exigido noutras circunstâncias.

Dayan e Katz (2005: p.22) já haviam identificado esta situação quando se referiram ao tom utilizado pelos jornalistas na descrição e acompanhamento dos acontecimentos cerimoniais. Esta situação pode ser considerada tanto mais estranha quanto os jornalistas são chamados a apresentar os acontecimentos mediáticos com respeito e até com veneração, suspendendo, em nome da criação de consensos, todas as perspetivas críticas, e contrariando o pressuposto da informação jornalística, baseada na ideia do conflito e da crítica (Mesquita, 2003: p.332). Segundo Dayan e Katz (2005: p.185), "os jornalistas e as organizações transmissoras tendem a ficar neutralizadas pelo seu papel cerimonial, presos na retórica da lubrificação reverencial", conceito que também encontramos na descrição de Marc Lits (*cit. in* Mesquita, 2003: p.332) a propósito do funeral do Rei Balduíno. No âmbito das críticas feitas então aos jornalistas por terem participado no luto, Lits questiona-se se é possível mostrar a emoção sem nos deixarmos contagiar por ela e se é possível mostrar os sentimentos do público sem recorrer a linguagem emocional.

Nós argumentamos que esse poderá ser, precisamente, o caso do discurso jornalístico em torno da morte de uma figura pública. Em alguns dos casos aqui analisados percebemos que o jornalista utiliza algumas expressões mais subjetivas e recorre à utilização de pronomes pessoais, como se ele próprio estivesse inserido no sentimento de pesar e participando no espírito de luto coletivo que rodeia as exéquias da personalidade que acabou de morrer. Segundo Mesquita (2003: p.332), "o ritual convoca a unanimidade" e na narrativa cerimonial não há lugar para a neutralidade do jornalista.

A presença das marcas de subjetividade não pode ser dissociada do discurso da emoção que carateriza as narrativas mediáticas sobre a morte. Segundo Martins, (2011: p.107), trata-se do discurso sensível, comovido e efervescente, um discurso exacerbado emocionalmente, que hoje em dia se opõe ao discurso distante, racional, objectivo e referencial que caraterizava o jornalismo. Marc Lits (2001: p.8) refere-se à info-emoção como sinónimo de uma estratégia que visa conquistar leitores e/ou espetadores, assente numa lógica de mercado. No entanto, para o autor, a emoção no discurso dos *media* surge num momento em que a construção da opinião parece ser cada vez menos assumida pelo sistema mediático. Lits (2001: p.9) exemplifica dizendo que a cobertura mediática da ajuda humanitária em situações de catástrofe extrema substituiu a análise dos problemas de fundo no que toca aos diferentes ritmos de desenvolvimento decorrentes da globalização. O autor sublinha o aumento da emoção nos *media*, a par de um aumento equivalente no discurso social, uma situação que surge ainda suportada no reconhecimento de que não se trata de um valor negativo do ponto de vista da informação (*idem*).

Myra MacDonald chama a atenção para o aumento da subjetividade na forma de relatar o acontecimento, uma tendência que tem aumentado as críticas da tabloidização dos *media* informativos. A autora (MacDonald 2003: p.74) centra-se na televisão e considera que os repórteres humanizam a sua posição e sublinham a magnitude dos acontecimentos que estão a cobrir ao demonstrarem que se importam com a ocorrência. O mesmo nos parece acontecer em relação às subjetividades encontradas na cobertura da morte das personalidades. Os exemplos em que é audível um certo tom de pesar atribuído ao jornalista e não às fontes pode ser interpretado como um reforço da negatividade do acontecimento, no sentido em que a morte da personalidade representa uma perda tão grande e inquestionável que até o próprio jornalista tem necessidade de o demonstrar, fazendo da sua subjetividade jornalística a expressão da gravidade do momento vivido.

Ainda assim, o aumento do grau de emoção no discurso dos *media* não pode ser inferido das conclusões da nossa análise, na medida em que o discurso dominado pela emoção tem os seus exemplos mais claros e mais numerosos na cobertura da morte das personalidades falecidas na primeira metade da nossa linha temporal.

Com efeito, as marcas de subjetividade e exemplos de adjetivação diminuíram à medida que os anos foram avançando e eram, nas personalidades que morreram depois de 2000, em muito menor escala. No entanto, voltámos a sentir um recuo no tempo no caso de

Eusébio, o que poderíamos atribuir à própria subjetividade admissível, em certas circunstâncias, no jornalismo desportivo, sobretudo no que ao futebol diz respeito, mas que também não podemos desligar da proeminência social da personalidade. De facto, também no caso de Amália Rodrigues, não podemos deixar de notar um registo idêntico, presente na adjetivação utilizada para marcar o caráter ímpar da personalidade.

A reforçar esta ideia, destaque-se o facto de as reportagens e as biografias serem géneros jornalísticos que admitem algum grau de subjetividade. Como pudemos verificar, as marcas de subjetividade aparecem, quase exclusivamente, no decurso das cerimónias fúnebres. As notícias dos dias seguintes são quase sempre marcadas pelo retomar de uma linguagem mais neutra, expressão do distanciamento jornalístico.

5.11 A morte esperada

Se o falecimento de Sá Carneiro foi inesperado, a morte de Álvaro Cunhal, aos 90 anos, ou a de Eusébio, com 71 anos, não colheram os *media* e a opinião pública de surpresa, uma vez que se verificaram após um longo, progressivo e conhecido período de fragilização da saúde. Acontecimentos esperados seriam também, presumivelmente, a morte de José Saramago, António de Oliveira Salazar ou talvez mesmo Amália Rodrigues, quer pelo estado debilitado de saúde, quer pela idade avançada. Assim, o facto de os jornais dedicarem dezenas de páginas a estes acontecimentos, leva-nos a questionar se não haveria, já, alguns conteúdos previamente preparados para publicação. Além disso, questionamo-nos sobre se a morte esperada teria uma maior cobertura do que a morte inesperada, o que se revelou difícil de comprovar, sobretudo se tivermos em conta que a morte de Sá Carneiro foi a segunda morte com maior cobertura e foi totalmente inesperada. Por outro lado, o facto de a morte ser esperada não é suficiente para garantir uma cobertura mais extensa, uma vez que não foi surpreendente a morte de António de Spínola nem a de Beatriz Costa e nem por isso os jornais fizeram uma cobertura extensiva que revelasse já terem conteúdos previamente preparados. Este facto mostra bem a diferença de preocupação e de tratamento dos *media*, consoante o grau de notoriedade da figura pública

Após a morte de Álvaro Cunhal, o Provedor do Leitor do Jornal de Notícias, refere que, a determinada altura da vida das figuras públicas, os jornais equacionam a possibilidade da sua morte e, por isso, preparam os seus "arquivos" para tal acontecimento.

O mesmo confirmámos a propósito da morte de António de Oliveira Salazar. O Presidente do Conselho já se encontrava doente, pelo que a sua morte não foi surpreendente. Raposo (2014), a propósito dos factos mais marcantes dos 150 anos de história do Diário de Notícias diz:

> "A morte de Salazar, portanto, não surpreendeu ninguém. Era uma notícia esperada. Talvez por isso, uma hora após ser conhecida oficialmente a morte do ex-primeiro-ministro, o DN colocava nas bancas uma edição especial que tem como título de capa "Portugal está de Luto/Morreu o Presidente Salazar" e em pós-título afirma-se que "Esta manhã, às 9 e 15 deixou de viver um dos mais ínclitos portugueses da História de Portugal" (Raposo, 2014).

Recordemos ainda o exemplo de Mário Soares[281]. O ex-Presidente da República esteve um mês internado no hospital, num quadro com poucas possibilidades de recuperação. Se os jornais, antes deste agravamento do estado de saúde de Mário Soares já podiam ter conteúdos preparados, após o internamento ainda tiveram algum tempo para criar novos conteúdos. Isso mesmo foi confirmado, quando o jornal Público colocou *online* uma página sobre Mário Soares, 8 dias antes de este morrer (Ilustração 20).

[281] Seguimos a cobertura da morte de Mário Soares na imprensa e na televisão, mas, por uma questão de tempo, não foi possível trabalhar os dados de modo a inclui-los nesta investigação. Ainda assim, a cobertura jornalística da morte do ex-Presidente da República reafirma as conclusões desta tese, quer no caso, por exemplo, de alguns jornalistas e comentadores televisivos da RTP, SIC e TVI, que usaram roupas pretas para noticiar a morte da personalidade e para recordar a sua vida em painéis de discussão, quer no caso da imprensa que fez uma cobertura alargada das exéquias, suspendeu a objetividade e deu primazia ao assunto durante os três dias após a morte de Mário Soares.

Ilustração 20 – Site do Público online antes da morte de Mário Soares



In: www.publico.pt/mariosoares, consultado em 30 de dezembro de 2016

A antecipação da morte das figuras públicas coaduna-se com a tentativa de controlo do espaço e do tempo por parte dos jornais. Tal como afirma Gaye Tuchman (*cit. in* Traquina, 1993: p.170), existe uma rede noticiosa, imposta pelos meios de comunicação social, cujo principal objectivo é a ordem no espaço. Trata-se, pois, de diversos mecanismos que visam suprir lacunas espaciais no que toca à cobertura da informação, entre os quais se destaca a territorialidade geográfica (divisão do mundo em áreas de responsabilidade territorial); a especialização organizacional (estabelecimento de "sentinelas" em certas organizações); e a especialização em termos de temas (divisão em secções dentro do jornal). O estabelecimento de "sentinelas", no caso da morte das figuras públicas, pode fazer sentido sempre que a personalidade se encontre em situação de saúde conducente à sua morte. Veja-se, a título de exemplo, o caso de Angélico Vieira, que esteve quatro dias internado no hospital antes de morrer. Neste caso os jornais colocaram os seus "sentinelas" à porta do hospital, de modo a poderem anunciar a morte, mal esta fosse declarada.

No caso em análise, ainda mais pertinente é a questão do tempo. A necessidade do controlo do tempo é outro dos aspetos sensíveis nas empresas jornalísticas e é um dos fatores que as leva a manter uma agenda de acontecimentos previstos, de modo a poderem organizar o seu trabalho com antecedência. Como refere Schlesinger (1977: p.178), um dos autores que analisou os efeitos do controlo temporal dos acontecimentos na atividade jornalística,

existem temas com uma validade temporal mais alargada do que outros. Estes são trabalhados a partir de reportagens de fundo ou investigações jornalísticas não sujeitas ao "ciclo de produção de 24 horas". O autor diz que "grande parte da cobertura é planeada antes do dia em que os acontecimentos cobertos têm lugar", visando uma maior maleabilidade e controlo no momento da execução da reportagem. "O planeamento assegura que adequado material noticioso estará disponível por alturas dos *deadlines*", diz Schlesinger (1977: p.182). É o caso da morte esperada das figuras públicas, em que o jornal pode ir desenvolvendo conteúdos, de modo a estar preparado para dar resposta quando o falecimento efetivamente acontecer, mesmo que seja junto a horas críticas como as de fecho de edição.

Schlesinger (1977: p.189) conclui que "existe uma relação sistemática entre os conceitos de tempo, que compreendem parte dos conhecimentos profissionais do jornalista, e as exigências criadas pela organização de trabalho". Assim, o tempo está presente de forma transversal, tanto no facto novo e inesperado, como também nos valores-notícia que determinam o que é ou não objeto de tratamento noticioso. Nesta perspectiva, a economia do tempo é uma questão essencial para explicar o tratamento extensivo da morte de determinadas figuras públicas.

5.12 As efemérides

Com a análise das efemérides do falecimento das pessoas públicas, quisemos perceber o processo e o papel dos jornais na inscrição da memória pública, procurando assim verificar se e como eram recordadas as datas comemorativas da morte das personalidades em estudo[282]. Por isso, incluímos a efeméride de um mês, pela proximidade à data da morte, seis meses, que se revelou inexistente, um, dez e vinte anos. A esta temporalidade esteve também subjacente a ideia de cabide noticioso, conceito assente no tempo cíclico e na memória, e um dos valores-notícia de seleção elencados por Nelson Traquina (2002). De acordo com este autor, o tempo pode ser pretexto para determinadas notícias, como é o caso dos aniversários.

A propósito das visitas periódicas aos cemitérios, Fernando Catroga (1999: p.22) destaca a importância da recordação como forma de ressuscitar acontecimentos do passado,

[282] Não diferenciámos a análise quantitativa das efemérides, porque esses dados já foram devidamente expostos e confirmam os dados gerais, não fornecendo elementos novos de análise. Para mais detalhes é possível consultar a tabela 5 na página 428.

sobretudo quando falamos de aniversários coletivos (Dia de Todos os Santos) ou individuais. No caso das efemérides das personalidades que fizeram parte deste estudo, percebemos que, tal como diz Catroga, muitas vezes a comemoração da data, além de recordar a pessoa, visa também reintroduzir o acontecimento na vida presente e nas expetativas de futuro, em consonância também com a ideia de cabide noticioso.

Encontramos eco desta ideia nas efemérides do primeiro ano após a morte de Francisco Sá Carneiro, em que o Diário de Notícias aproveita para recordar que a origem do acidente ainda não foi esclarecida.

Há casos em que a efeméride não existe com esse propósito e não há uma estratégia do jornal para recordar a personalidade falecida. Em alguns desses casos a personalidade e a sua morte são o cabide noticioso de outro acontecimento. Por exemplo, no dia em que se completaram dez anos da morte de Sophia de Mello Breyner Andresen os jornais publicaram uma peça sobre a trasladação do corpo da poetisa para o Panteão Nacional, que teria lugar nesse mesmo dia. O foco das notícias foi a transferência dos restos mortais da escritora e nenhum dos jornais aproveitou a ocasião para recordar o seu trajeto. Nestes casos não é o jornal que traz à memória do público alguém que já faleceu. É a própria realidade que se impõe ao jornal, que, por sua vez, pode nem evocar a personalidade, mas sim centrar-se nos factos que ajudaram a trazê-la à lembrança. O facto de os restos mortais de Sophia serem trasladados para o Panteão Nacional marcaram a agenda noticiosa do 10.º aniversário da sua morte, pelo que a memória dos *media* é diferida por um acontecimento externo que condiciona as suas escolhas.

Exemplo disto mesmo são os seis meses após a morte de Francisco Sá Carneiro. Coincidentemente, na véspera, os filhos do primeiro-ministro falecido haviam recusado a condecoração que seria atribuída ao pai. Assim, as notícias surgem na edição daquele dia, mas nenhuma evoca os seis meses decorridos sobre a morte de Sá Carneiro.

Quando da primeira década após a morte de Francisco Sá Carneiro, havia sido inaugurada, na véspera, a nova aerogare no Porto, à qual foi dado o nome do ex-primeiro-ministro. Esta inauguração deu o mote para a efeméride. Se, por exemplo, o Correio da Manhã não aproveita o acontecimento para recordar o político, o Diário de Notícias relega a inauguração para segundo plano e foca o seu conteúdo noticioso na evocação da personalidade, enquadrando novamente a falta de conclusões em torno do acidente que

vitimou Sá Carneiro. Também o programa de homenagens dedicado a Miguel Torga, e anunciado aquando dos dez anos sobre a sua morte, justificam grande parte dos conteúdos escritos pelo Diário e Notícias e Jornal de Notícias, ainda que os dois diários aproveitem para recordar o escritor. O primeiro ano após a morte de José Saramago também foi ancorado nas homenagens que visavam assinalar a data. O mesmo se verifica nos 20 anos após a morte de António Variações: a propósito da intenção da EMI-Valentim de Carvalho em lançar um álbum de homenagem ao cantor, o Correio da Manhã aproveita para fazer a sua biografia e fala na doença que o vitimou, a Sida, que, diz o jornal, à data "ainda era considerada a praga dos homossexuais"[283].

Ainda de destacar os 20 anos após a morte de José Afonso. Apesar de estarem agendadas iniciativas para esse dia, nenhum dos jornais colocou o enfoque nessas homenagens. Curiosamente o ângulo foi o mesmo nos três diários: o olhar sobre os músicos das novas gerações e o legado que José Afonso representava para cada um deles. É um exemplo de como a efeméride pode ser explorada e amplificada, tendo por base não a memória diferida por um qualquer cabide noticioso oficial, mas pela agenda autónoma dos *media*, que julga a efeméride como um facto suficiente para se constituir como notícia. A exposição inaugurada aquando dos dez anos da morte de Amália Rodrigues também deu o mote para que os três jornais recordassem a fadista, mas todos foram mais longe e abriram a amplitude do tema, evocando a cantora e convocando articulistas para a recordarem. O facto, aliás, de o acontecimento ser foto de capa no Jornal de Notícias explica bem a relevância de Amália, mesmo dez anos após a sua morte.

As verdadeiras efemérides mediáticas serão, então, aquelas que não utilizam qualquer cabide noticioso e simplesmente evocam a personalidade, tendo por base uma opção editorial e não outros agendamentos exteriores. É o que acontece nos dez anos e nos vinte anos após o falecimento de Joaquim Agostinho, em que o Correio da Manhã, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias recordam o ciclista, a sua carreira e as circunstâncias da sua morte. O mesmo se verifica no primeiro aniversário da morte de Carlos Paião, por parte do Correio da Manhã, e no primeiro ano após o falecimento de Amália Rodrigues no Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias. O mesmo se pode dizer da morte de Álvaro Cunhal, pois na passagem da primeira década sobre o acontecimento, o histórico líder comunista motivou a foto de capa do Diário de Notícias e uma entrevista de quatro

[283] Fidalgo, V. (2004) Variações partiu há 20 anos", *Correio da Manhã*, 13 de junho, p. 69.

páginas a Pacheco Pereira, seu biógrafo, sem nenhum acontecimento externo que motivasse a memória do jornal.

Ainda de destacar as personalidades que não foram evocadas em nenhuma efeméride por nenhum jornal: Beatriz Costa, António de Spínola, Vítor Baptista e José Megre. O facto de estes últimos dois terem sido as personalidades cuja morte teve menos eco nos jornais analisados pode ajudar a explicar também a ausência de efemérides, bem como determinar o seu estatuto público.

5.13 Para uma categorização das personalidades mediáticas

A categorização que de seguida ensaiaremos, não fazia parte do nosso objeto de estudo inicial. No entanto, a investigação realizada deixou-nos vários traços do que poderá vir a constituir-se como uma metodologia de caracterização do estatuto de figuras públicas pelos *media,* tendo por referência as definições e as tipologias propostas por vários autores, já aqui tratados. Apesar da natureza ainda ensaística da nossa proposta, que não nos permite apresentar uma categorização fechada acerca da cobertura jornalística do falecimento das personalidades em análise, entendemos que não poderíamos deixar de a considerar como um contributo adicional da presente tese. Não obstante os aprofundamentos necessário e a exploração de outras categorias, a abordagem que fazemos tenta mobilizar a análise qualitativa e quantitativa para uma melhor elucidação teórica das categorias sobre as figuras mediáticas e a sua construção narrativa.

A proposta que fazemos parte de dois pressupostos: 1) que estamos a falar de uma realidade contemporânea que parte de uma narrativa mediática; 2) que as conclusões que de seguida se retirarão não podem ser pensadas fora de quadros discursivos mais gerais (a história, a ficção, a política, etc.) igualmente determinantes. Deste modo, a categorização que propomos, é a expressão de construções narrativas publicitadas nos *media,* e de que os *media* são, simultaneamente, produto e produtores. Como tal, não pretendemos aqui estabelecer uma tipologia estanque, nem tão pouco pretendemos impor qualquer regra, visto que a categorização aqui proposta resulta da análise da cobertura mediática da morte das 20 personalidades espácio-temporalmente definidas, não podendo nós considerar o discurso social como cristalizado e definitivo.

São múltiplas e diversificadas as conclusões que emergem das páginas de jornais analisadas. Desde logo, o facto de nem todas as personalidades gozarem do mesmo grau de

notoriedade. Isto era algo que já sabíamos *a priori*, ou seja, seria à partida espectável que o impacte e o estatuto de Amália Rodrigues fossem bastante diferentes da relevância pública que assumiu José Megre. A notoriedade de cada uma das personalidades vai afetar de forma indelével o modo como os jornais encaram, hierarquizam e dão tratamento ao acontecimento da sua morte. Ainda assim, a força das figuras públicas depende, também, das circunstâncias da sua vida e da sua morte: se é inevitável que o falecimento de Amália tivesse uma grande cobertura noticiosa, ao nível de, como veremos, uma heroína, as circunstâncias da sua morte são um elemento importante, que permite associar-lhe uma dimensão dramática. Se o acidente que vitimou Angélico deu ao acontecimento uma relevância particular, as circunstâncias da vida nos 20 anos que mediaram entre a saída dos campos de futebol de Vítor Baptista e a sua morte, valeram-lhe apenas breves referências nas páginas dos jornais.

Ainda que as circunstâncias da morte tenham uma influência direta na produção de conteúdos informativos, a maior ou menor noticiabilidade da morte de uma figura pública não é independente da notoriedade adquirida durante a sua vida, pelo que existe um certo grau de autonomia de que gozam algumas das personalidades, em relação aos meios de comunicação social. Este aspeto estabelece uma relação dialética entre o percurso de vida das figuras públicas, os *media* e a sociedade. Com efeito, se da nossa análise algumas conclusões se podem desde já retirar, elas dizem respeito ao facto de a relevância das figuras públicas ser resultado de uma narrativa que, hoje, não pode ser compreendida sem a participação dos *media*, mas cuja força e autonomia depende também das realizações dos sujeitos capazes de imporem os seus feitos aos *media*.

As figuras públicas incluídas na nossa análise são propositadamente oriundas de diversos setores e com histórias de vida e percursos profissionais diversos. Essa diversidade levou-nos a encontrar diferentes tipos de narrativas mediáticas produzidas acerca do falecimento de cada uma delas. Pretendemos agora confrontar a cobertura feita pelos *media*, quando da morte das figuras públicas analisadas, com as categorias pré-estabelecidas na segunda parte deste estudo: Celebridade, Estrela, Famoso, Herói, Mito e Vedeta.

Optámos por construir um quadro de análise, baseado nos dados retirados da cobertura realizada pelos jornais, com o objetivo de os cruzar com as categorias das personalidades públicas aqui analisadas. Incluímos nesta tabela o número de páginas onde a personalidade foi referenciada, o número de peças, o número de imagens, o número de destaques de capa,

o número de efemérides assinaladas e o número total de artigos, crónicas e editoriais, este último ponto visando aferir o peso da opinião.

Tabela 5 – Total de destaques das personalidades

Personalidade	Páginas	Peças	Imagens	Dest. Capa	Efemérides	Opinião	SOMA	Posição
Álvaro Cunhal	175	193	259	10	3	53	693	3
Amália Rodrigues	119	196	206	13	8	38	567	5
Angélico Vieira	52	92	177	10	1	2	334	7
António de Spínola	24	36	38	4	1	12	115	13
António Feio	23	48	81	5	1	3	161	11
António Variações	16	14	10	4	3	1	48	17
Beatriz Costa	18	22	29	3	0	5	77	16
Carlos Paião	9	7	9	3	1	0	29	18
Eusébio	202	420	446	17	3	79	1161	1
Joaquim Agostinho	41	65	74	7	7	4	198	9
José Megre	6	6	10	0	0	0	22	19
José Saramago	127	236	238	10	3	37	651	4
Miguel Torga	37	47	36	5	7	8	140	12
Pavão	25	42	31	4	2	4	108	14
Raul Solnado	41	78	112	6	1	18	256	8
Sá Carneiro	172	345	245	30	14	43	849	2
Salazar	73	277	195	12	0	9	566	6
Sophia	26	35	25	5	3	5	99	15
Vítor Baptista	5	5	6	0	0	0	16	20
Zeca Afonso	35	66	53	7	7	13	181	10

Fonte: Elaboração própria

Comecemos, pois, pelos casos de Amália Rodrigues e Eusébio, duas das personalidades cuja morte teve maior cobertura nos jornais analisados, não tendo sido encontradas, como já vimos, discrepâncias de tratamento, à exceção, talvez, do menor enfoque que o falecimento de Eusébio teve no Jornal de Notícias. Amália e Eusébio podem ser

enquadrados na categoria de heróis, na medida em que ambos conquistaram feitos grandiosos. Poder-lhes-íamos chamar mitos, até porque eles construíram a sua carreira em torno de dois sectores, por vezes, considerados eles próprios "mitificadores" da realidade portuguesa – o fado e o futebol –, mas parece-nos que o mito precisa de várias décadas para se sustentar como tal e, além disso, mais do que modelos de vida, Amália e Eusébio começaram por ser embaixadores de Portugal, cada um na sua área. Este facto pode remeter para uma certa portugalidade, cujo caráter de misticismo se coaduna com a ideia de Roland Barthes, para quem o mito converte a história em natureza e a contingência em eternidade, infletindo a história e deformando-a (2001: p.139). No entanto, defendemos que Amália e Eusébio representam de forma mais completa a definição de herói do que a definição de mito, uma vez que se destacaram pelos seus extraordinários feitos, reconhecidos de forma coletiva, fruto do seu génio e capacidade de superação de obstáculos.

No caso de Amália não podemos descurar o papel que teve no fado e na disseminação de uma parte da cultura portuguesa em todo o mundo, sendo certo que a opinião pública alia as suas origens humildes ao seu génio, ao seu esforço e trabalho. Amália vendeu mais de 30 milhões de cópias dos 170 discos editados em seu nome e da sua morte resultou o decreto de três dias de luto nacional. A dimensão da sua carreira e a importância do seu trajeto profissional estão espelhados no tratamento que os jornais aqui analisados fizeram da morte de Amália Rodrigues. As capas inteiras publicadas no dia após o seu falecimento são sinónimo do relevo do acontecimento, cuja dimensão foi suficientemente grande para retirar todos os outros assuntos das primeiras páginas, à exceção do Correio da Manhã que adicionou uma pequena chamada no fundo da capa. Quanto ao conteúdo, todos os periódicos procuram recordar a vida de Amália Rodrigues, elencando os discos que editou, fazendo reportagens na rua onde a fadista vivia e abordando as diversas facetas da sua vida profissional (música, cinema, teatro) e algumas particularidades da sua vida pessoal. Também as múltiplas homenagens à artista, em Portugal e no estrangeiro, algumas até cobertas *in loco* pelos jornais, mostram a relevância de Amália. Somemos, pois, as 119 páginas em que foi referenciada, as 196 peças publicadas (das quais 38 dos géneros de opinião), as 206 imagens, os 13 destaques de capa e o total de oito efemérides assinaladas pelo conjunto dos jornais. Estas 567 unidades de análise identificadas denotam bem a relevância de Amália, sendo que entre as peças publicadas destacamos as 16 biografias e cinco cronologias publicadas, sinal da relevância do seu percurso profissional.

As conquistas e feitos no mundo do futebol parecem elevar também a figura de Eusébio ao estatuto de herói. À semelhança de Amália, o atleta tinha origens em nada coincidentes com o estatuto social que veio a alcançar e foi o seu talento e profissionalismo que o levou a obter o reconhecimento público. Na sua carreira contam-se 1137 golos marcados, o recorde de títulos de campeão da I Divisão, estando ainda hoje entre os dez melhores goleadores de sempre e tendo recebido uma bola de ouro, duas botas de ouro e sete bolas de prata consecutivas. Quanto ao tratamento dos jornais após a sua morte, apenas no Correio da Manhã o tema não mereceu uma capa inteira. O conteúdo dos dias que se seguiram assentou num significativo enfoque na carreira de Eusébio, recordando a história da sua vinda para Portugal e os momentos mais marcantes no futebol, bem como algumas particularidades da sua vida pessoal. Também neste caso as homenagens tiveram bastante destaque, quer aquelas que foram organizadas, quer as que surgiram espontaneamente no decorrer de jogos de futebol ou em discursos de outras personalidades desportivas que mencionaram Eusébio. Tendo em conta a tabela que construímos, o total de 1161 unidades de análise resulta de 202 páginas, onde figuraram 420 artigos (dos quais 79 dos géneros de opinião), 446 imagens, 17 destaques de capa, três efemérides assinaladas pelos três periódicos. Quanto ao enfoque biográfico, foram publicados 18 artigos classificados dentro deste género jornalístico e dez cronologias.

Estamos assim em condições de defender que a cobertura mediática da morte de Amália e Eusébio, se coaduna com o estatuto de herói, assente na ideia dos feitos grandiosos reconhecidos do ponto de vista coletivo e das habilidades especiais com impacto e reconhecimento na sociedade. Para esta conclusão contribuíram os dados quantitativos, sinónimo da extensão da cobertura, e os dados qualitativos, que denotam o enfoque na vida e obra de cada uma das personalidades. Acrescente-se, ainda, que o facto de ambos serem conhecidos apenas pelo primeiro nome indicia uma notoriedade que os eleva a um patamar superior nas categorias da fama.

Dentro desta categoria de herói, parece-nos que caberia ainda o nome de José Saramago, conclusão, numa primeira fase, assente na sua pródiga carreira literária, cujo expoente máximo se traduz no facto de ter sido o único escritor português a receber o Prémio Nobel da Literatura. À semelhança de Eusébio e Amália, também José Saramago alcançou a notoriedade na sua área, fruto do esforço e persistência. A soma das unidades de análise (651) é superior à soma de Amália Rodrigues e o enfoque biográfico dos jornais também é

significativo: 18 biografias e cinco cronologias. Ainda assim, e tendo como termo de comparação as figuras de Amália e Eusébio, a cobertura da morte de José Saramago remete-nos para um conceito que poderíamos definir como anti-herói, pois sendo um herói naquilo que conquistou profissionalmente, não o foi completamente no reconhecimento público. As polémicas em que se viu envolvido, o seu ateísmo num país maioritariamente católico e o facto de ter optado por deixar Portugal para residir em Espanha tornaram-no numa personalidade menos consensual do que Eusébio e Amália. O próprio tratamento que os jornais deram à sua morte denota esta falta de consenso, patente nas polémicas que todos os periódicos destacaram, nomeadamente o saneamento dos jornalistas do Diário de Notícias e a decisão de viver em Lanzarote, encarada por muitos como um abandono do seu país. Ao mesmo tempo, os diários não deixaram de lhe dar um considerável destaque, sobretudo tendo em conta a distinção do Prémio Nobel. De notar, como já referimos, o caso do Correio da Manhã, em que esse destaque foi substancialmente inferior, em relação ao Diário de Notícias e Jornal de Notícias, e o tom crítico é mais vincado do que nos seus congéneres.

O conceito de anti-herói presente na narratologia define esta figura como alguém com "debilidade ou indiferenciação de caráter, a ponto de assemelhar-se a muita gente" (Moisés, 2004: p.28) e como sendo um protagonista em torno de qual se movem os restantes. No entanto, a sua configuração assenta na sua desqualificação, face aos defeitos e limitações que apresenta, culminando na ideia do homem sem qualidades (Reis e Lopes, 1988: p.192). Assim sendo, encontramo-nos perante uma definição que não pode enquadrar José Saramago, sobretudo devido aos feitos que alcançou no mundo da literatura e à relevância que assumiu dentro e fora do país. Visto que a envolvente mais problemática da sua vida pessoal e profissional não é consonante com as caraterísticas tradicionalmente atribuídas aos heróis, na medida em que não existe unanimidade no seu reconhecimento público, optámos por classificar José Saramago como semi-herói, no sentido em que possui muitas das caraterísticas identificadas na cobertura noticiosa de Amália e Eusébio, mas soma-se-lhe um fator de falta de unanimidade, que não deixa de ser o contrário do que representa o herói.

Olhemos agora para a categoria dos famosos, ou seja, personalidades que gozam de conhecimento público pelos seus atos, mas cuja atenção mediática não é necessariamente contínua. Neste campo começamos por integrar Vítor Batista, cuja soma na nossa tabela de

destaques não vai além das 16 unidades de análise. A sua ação no mundo do futebol tornou-o conhecido, mas esse estatuto nunca esteve dependente da sua omnipresença nos meios de comunicação de massas, tal como denota o tratamento da sua morte, e essa seria uma caraterística fundamental para que o categorizássemos como uma celebridade. Poderíamos também inseri-lo nas categorias de estrela ou vedeta, mas para isso seria necessário que ele estivesse integrado num *star-system*, o que até poderia ser verdade enquanto foi jogador de futebol, mas já não era o caso quando se deu a sua morte, tal como a nossa análise evidencia.

Partindo destas mesmas premissas, também José Megre pode ser definido como famoso, tendo alcançado uma soma de 22 unidades de análise na tabela de destaques. Porém, gostaríamos aqui de ressalvar este caso em específico. Escolhemos José Megre para integrar o nosso rol de personalidades, numa tentativa de diversificar a representação das modalidades na categoria de desporto. A verdade é que o facto de Megre se ter destacado no automobilismo, cujo menor relevo desportivo nos *media* face ao futebol é notório, trouxe-lhe também menor destaque na mediatização da morte. Assim, a sua categorização como famoso assenta nas suas conquistas e contributos para o desporto automóvel, bem como no escasso tratamento que os jornais fizeram do seu falecimento. A relevância que José Megre assume na nossa análise deve-se ao facto de mostrar que as competências dos sujeitos não são por si suficientes para se imporem publicamente: o que fazem depende também da sua significância e reverberação na opinião pública e nos *media*.

No que diz respeito ao setor da política, e no caso de António de Spínola, acreditamos poder incluí-lo na categoria do famoso, sendo claro que não poderíamos colocar esta personalidade na categoria de estrela ou vedeta pelo facto de ele não se integrar num *star-system*. Na soma da tabela, a morte de Spínola representa 115 unidades de análise e o tratamento de que foi alvo nos jornais denota a sua relevância histórica, expresso no facto de lhe terem sido dedicadas cinco biografias e três cronologias. No entanto, a dimensão do tratamento foi claramente inferior em relação a outros casos, nomeadamente pelo facto de as suas efemérides não terem sido assinaladas, à exceção dos 20 anos decorridos sobre a sua morte, recordada muito brevemente numa coluna de efemérides do dia no Correio da Manhã. A análise destes casos mostra-nos que será sempre difícil atribuir outro estatuto a algumas figuras do mundo político, na medida em que farão parte da história do país, em função dos cargos públicos que assumiram, das lutas que travaram e dos papéis que

desempenharam na vida política. Ainda assim, existem exceções a esta tendência, como veremos adiante.

Ainda no âmbito da política, não foi fácil atribuir um estatuto às personalidades de Oliveira Salazar, Álvaro Cunhal e Sá Carneiro. Nenhum deles poderia ocupar o estatuto de celebridade, na medida em que a exposição destas personalidades aos meios de comunicação social deriva dos cargos que ocupam politicamente e as suas narrativas pessoais revelam uma autonomia relativamente ao discurso mediático. Também não são estrelas nem vedetas, face à ausência de um *star-system*, e os seus feitos não alcançam o estatuto de herói.

Quanto ao caso de Oliveira Salazar, a soma de 566 unidades de análise é um número significativo tendo em conta a ausência do Correio da Manhã para o estudo deste caso. Parece-nos que o antigo Presidente do Conselho é uma das personalidades do nosso estudo que reúne as caraterísticas necessárias para ser considerado um mito. Do ponto de vista temporal, uma componente a nosso ver fundamental para que possamos falar de mitos, tivemos em conta que já passaram quase 50 anos sobre a sua morte. Concomitantemente, o tratamento que os jornais deram à cobertura da sua morte indicia, precisamente, a tentativa explícita de construção de um mito, tendo por referência um certo modelo de vida pessoal e enquanto figura de Estado. Os dois periódicos descreveram o político como sendo abnegado e humilde e ambos elencaram de forma exaustiva os contributos da sua ação pública. No caso particular do Diário de Notícias, Salazar é sobretudo venerado, fruto da posição do jornal face ao regime, pelo que nos parece que este posicionamento dá claros indícios de um processo conducente à sua mitificação, que esbarrou com os caminhos que a história assumiu. Em ambos os periódicos, Salazar foi apresentado como o homem que nunca tirou proveitos próprios do cargo que ocupou. O Diário de Notícias e o Jornal de Notícias contrapõem o poder que teve o Presidente do Conselho com a sua personalidade de homem humilde que foi a enterrar numa campa rasa na localidade onde nasceu. Um elemento que não podemos deixar passar em claro na análise desde discurso é o contexto de censura, que de alguma forma misturou a narrativa oficial do Estado Novo com a narrativa mediática. Se por um lado podemos argumentar que os periódicos adotaram um discurso que visava contribuir para tornar Salazar num mito, por outro lado não podemos esquecer que esse discurso foi condicionado pela vigilância dos serviços de censura, no caso do Jornal de Notícias, e pelo papel propagandístico assumido pelo facto de se tratar do

jornal do regime, no caso do Diário de Notícias. A comprovar o caráter construído do discurso da mitificação está o desaparecimento de Salazar das páginas dos jornais após o 25 de Abril de 1974: o ex-Presidente do Conselho não foi alvo de qualquer referência nos aniversários da sua morte que aconteceram já em democracia, o que em termos objetivos significa a eliminação do discurso em torno da construção do mito. Apesar desta circunstância, não podemos esquecer que a definição de mito diz que a tradição oral prolonga o estatuto no tempo. É precisamente com base nesta ideia que defendemos que a figura de Salazar se mitificou, na medida em que o discurso detrator da sua personalidade por parte daqueles que sofreram diretamente as consequências do regime, não conseguiu abafar o discurso apologético dos que admiram a sua personalidade. Independentemente da conotação do discurso, Salazar está tão presente no discurso da oralidade, como está ausente do discurso dos *media*. Um dos aspetos que pesou nesta discussão tem a ver com os traços da sua omnipresença no seio da sociedade portuguesa, facto que explica a sua eleição, em março de 2007, como "o maior português de sempre", no programa da RTP "Grandes Portugueses", onde obteve 41% dos votos dos participantes. Também a título de exemplo, podemos recordar algumas notícias publicadas no jornal regional Diário de Viseu. Em março de 2012 o periódico escreveu uma reportagem de duas páginas com o tema "Quanto vale e o que representa a marca Salazar" (Ferreira, 2012a: pp.2-3), dando voz a defensores e detratores do ex-Presidente do Conselho a propósito da intenção do município em registar uma marca com o nome de Salazar. Nessa reportagem pode ler-se:

> "A humildade de Salazar é elogiada em Santa Comba Dão, onde todos dizem que "nem para ele soube roubar". Numa placa colocada à entrada da sua casa pode ler-se: "Aqui nasceu Dr. Oliveira Salazar, um senhor que governou e nada roubou". "Era igual a estes políticos, agora só não matam, mas roubam", atirou um santacombadense" (Ferreira, 2012a: p. 3)

Em novembro de 2012 a marca foi chumbada pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), porque poderia "encerrar um teor marcadamente político perante a generalidade do público e, dessa forma, ser susceptível de ferir a consciência colectiva da nossa sociedade dada a conotação negativa que tal sinal inflige no espírito do consumidor" (Ferreira, 2012b: p.3). Na notícia o município repudia o chumbo, defende que o nome Salazar deve fazer parte de uma marca identificativa dos produtos de Santa Comba Dão e a população daquele concelho declara que os turistas que passam pela cidade perguntam pela casa de Salazar, pela campa, pela estátua, pelo museu e também pelo vinho, mesmo sem este estar a ser comercializado. Estes dois exemplos mostram que a presença de Salazar no

discurso mediático é residual, mas, sobretudo, denotam a sua omnipresença no discurso do público, seja de forma negativa ou positiva. Dir-se-ia que à narrativa oficial de outrora mitificou Salazar, contrapõe-se, atualmente, com outra narrativa procurando impor a sua desmitificação.

Também no que diz respeito a mitos, encontramos o caso de Álvaro Cunhal, cuja soma de unidades de análise é de 693. Este caso assume uma particularidade temporal, visto que não faleceu há tempo suficiente para podermos dizer que, do ponto de vista mediático, está consolidada a sua imagem como um mito. No entanto, no decorrer da nossa análise, confrontámo-nos com um discurso por parte dos jornais que atribuía a Álvaro Cunhal as caraterísticas de abnegação e a relevância, enquanto símbolo político, que também identificámos em Salazar, não obstante as profundas diferenças ideológicas existentes entre ambas as figuras. De facto, Álvaro Cunhal faleceu em 2005, tempo a nosso ver insuficiente para podermos afirmar estarmos perante um processo de mitificação da personagem. Parece-nos, porém, que podemos estar perante um mito em construção, conclusão sobretudo assente no significante destaque que teve o seu falecimento e no discurso dos jornais. Quando da cobertura da sua morte, o Jornal de Notícias identificou Álvaro Cunhal, por cinco vezes, com a palavra mito, nomeadamente num título que refere como o "Mito mantém o rumo do partido"[284], numa referência ao PCP, ou no texto de um editorial, que remata dizendo que "o mito de Álvaro Cunhal perdurará"[285]. Cunhal foi ainda descrito como "raro carismático"[286], "filho adoptivo do proletariado"[287] e como "herói do movimento comunista"[288], referências que ajudam a consolidar a figura como um mito em construção, tal como confirmamos aquando das efemérides, face à importância que lhe foi dada pelo Diário de Notícias e Jornal de Notícias. A conotação de Cunhal como mito por parte dos jornais pode ser encarada do prisma dos atos perlucutórios de fala, no âmbito da teoria de John Austin (1962: p.101). Segundo o autor, o enunciado performativo, além da sua locução, ou seja, daquilo que ele diz, produz algo pelo facto de o dizer. Segundo o autor dizer qualquer coisa provocará alguns efeitos "sobre os sentimentos, os pensamentos, os actos da audiência, ou daquele que fala ou de outras pessoas ainda" (Austin, 1962:

284 Inácio, A. e Correia, A. P. (2005) "Mito mantém rumo do partido", *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. 2.
285 "Na Morte de um resistente" (2005) *Jornal de Notícias*, 14 de junho, p. 16.
286 *Idem*.
287 Simas, N. (2005) "A ascensão do filho adoptivo do proletariado a líder do PCP", *Diário de Notícias*, 14 de junho, p. 8.
288 "Contra o culto da personalidade e o endeusamento dos mortos" (2006), *Diário de Notícias*, 13 de junho, p. 3.

p.101). Dizer que Álvaro Cunhal é um mito não tem necessariamente de corresponder a uma categorização definitiva da personalidade, mas a afirmação, ao mesmo tempo que exerce uma ação de locução perante os leitores, pode ser a expressão de uma tendência que o futuro elucidará. De facto, ao dizê-lo, o jornal está, de certo modo, a instituir esta categoria e o facto de ela vir ou não a ser aceite depende daquilo a que Austin chama de "condições de felicidade". No fundo, defendemos que os jornais abriram caminho para que Cunhal possa ser considerado como mito, ainda que não o possamos considerar como tal. Recordemos o que diz Barthes (2001: pp.167-168) acerca do denominado mito de esquerda:

> "é um mito acidental, o seu uso não faz parte de uma estratégia, como no caso do mito burguês, mas simplesmente de uma tática, ou na pior das hipóteses, de um desvio; se o mito de esquerda existe, é como uma adaptação a uma comodidade, e não a uma necessidade. Enfim, e sobretudo é, um mito pobre, essencialmente pobre. Não consegue proliferar; produzido por encomenda, e para um alcance temporal limitado, não sabe inventar-se. Falta-lhe um poder essencial do mito, o da efabulação. Por mais que faça, conserva sempre um caráter rígido e literal, um cheiro a *slogan*: como se costuma dizer muito expressivamente mantém-se seco".

Nesta citação de Barthes encontramos, pois, a ideia do mito pobre, que não está relacionado com a efabulação, mas sim com a rigidez. Mais uma vez, salvaguardadas as profundas diferenças ideológicas, e considerando que o Correio da Manhã não teve a mesma postura que os seus congéneres no caso de Cunhal, esta ideia de abnegação e de humildade da personalidade é a mesma que ajudou a construir o mito de Salazar e que encontra algum paralelo no discurso dos jornais após a morte do ex-líder do Partido Comunista Português. Consideramos, pois, que na mesma medida em que Salazar foi um mito construído pelos jornais ideologicamente orientados e mantido fruto de uma espécie de omnipresença da sua figura entre o povo português, Álvaro Cunhal é tido como um mito dentro das paredes partidárias e o discurso dos jornais após a sua morte pode ter servido para instituir essa ideia fora do campo político.

Ainda no campo da política e dos mitos, não podemos esquecer o caso de Sá Carneiro, que representa uma das somas mais elevadas da nossa tabela: 849 unidades de análise. De realçar que, além de Salazar e Amália, Sá Carneiro foi a única personalidade cuja morte foi noticiada com capa inteira nos três jornais analisados e foi também aquela com maior número de efemérides assinaladas. As circunstâncias da morte do ex-primeiro-ministro criaram uma aura em torno dele, na medida em que, desde 1980 até 2006, foram levadas a

cabo uma série de investigações que visavam aferir sobre as causas da sua morte: acidente ou atentado. Após a prescrição do caso de forma inconclusiva, tiveram lugar novas comissões de inquérito parlamentares e a última, em 2013, refere a existência de provas que sustentam a tese de atentado, apesar de estas conclusões não serem taxativas. Ainda assim, o mistério em torno do seu acidente, bem como a excecionalidade das circunstâncias da morte (foi a primeira vez que um governante em exercício de funções morreu vítima de um atentado) parecem justificar um tratamento, por parte dos periódicos, que vai no sentido da construção do mito em torno de Sá Carneiro. Neste caso, quando falamos em mito falamos em modelo de vida para os outros, mas falamos também em misticismo. Após a morte de Sá Carneiro, os jornais descreveram-no, unanimemente, como um político de topo, carismático e bem preparado. Expoente máximo desta ideia de Sá Carneiro como modelo político está patente no Diário de Notícias, dez anos após a sua morte. A foto de capa do periódico tem o título "Influência de Sá Carneiro ainda é superior à de Soares". No interior encontramos a publicação dos resultados de uma sondagem que comparava a popularidade que Sá Carneiro ainda detinha, com a de Mário Soares, então Presidente da República. O mesmo jornal publica ainda uma sondagem sobre as suspeitas de crime, no que toca à sua morte.

No aniversário de dez anos passados sobre a sua morte, o Diário de Notícias escreve oito páginas sobre Sá Carneiro e se este exemplo denota a ideia de Sá Carneiro como modelo de homem político, nele encontram-se traços claros de um mistério originado em torno do acidente que vitimou o político. De facto, em todas as efemérides assinaladas, à exceção dos seis meses, é invocado o mistério em torno do acidente e/ou a falta de provas que permitam chegar a uma conclusão. A incógnita em torno do acidente está bem patente quando dos 20 anos passados da morte de Sá Carneiro. Nesta data o Jornal de Notícias chega mesmo a escrever que "aos heróis fazem-se homenagens, porque a morte os colocou acima das debilidades humanas. Francisco Sá Carneiro é um desses mitos que a morte prematura ajudou a construir"[289]. Nesta mesma efeméride, todos os jornais evocam Camarate e questionam a falta de conclusões sobre o caso.

Nos casos que acabámos de referir todos eles parecem ir ao encontro da ideia de Joseph Campbell (1990: p.29), ao afirmar que uma personalidade se torna passível de ser mitificada quando se torna num modelo para a vida dos outros.

289 Mota, I. T. e Carvalho, P. I. (2000) "Sá Carneiro visto para além do mito", *Jornal de Notícias*, 4 de dezembro, p. 8.

Consideremos agora para as personalidades ligadas ao *star-system*, enquanto sistema alternativo povoado por estrelas e vedetas que alimenta uma determinada área de mercado, seja o cinema, o desporto, a música ou a televisão. No campo do desporto, e tendo já considerado Eusébio como um herói, restam-nos Pavão e Joaquim Agostinho, deixando claro que ambos chegaram perto do topo nas suas modalidades. De facto, quer Joaquim Agostinho quer Fernando Pascoal das Neves ficaram conhecidos pelos seus feitos e, à data da sua morte, cada um deles estava entre os melhores nas respetivas modalidades desportivas, o ciclismo e o futebol, respetivamente. Estamos, pois, perante duas estrelas no que toca ao mundo desportivo.

Joaquim Agostinho soma 198 unidades de análise e a sua morte foi tratada com grande pesar pelos jornais. O estatuto de estrela que lhe atribuímos coaduna-se com as quatro biografias e uma cronologia publicadas pelos jornais, bem como com a cobertura das inúmeras homenagens que tiveram lugar nos dias após o falecimento de Joaquim Agostinho. As próprias marcas de subjetividade, apesar de já termos concluído que elas aparecem em maior número no primeiro período da nossa análise (1970-1996), denotam essa ideia de estrelato, com a contabilização da palavra "campeão" 40 vezes nos textos dos três jornais e maioritariamente no Diário de Notícias.

Na tabela de destaques Pavão soma 108 unidades de análise, sendo de realçar a ausência do Correio da Manhã. O facto de o ex-futebolista ter falecido tragicamente no auge da sua carreira suporta a sua categorização como estrela, a par com o tratamento dos dois periódicos, sobretudo do Jornal de Notícias, que deram não só destaque à sua morte trágica, mas também aos feitos alcançados na sua carreira.

Considerando agora as artes (música, representação e literatura) como um *star-system*, faremos a distinção entre as estrelas, figuras de maior repercussão pública e mais duradouras no tempo, e as vedetas, que se aproximam ao estatuto da primeira, embora com uma duração mais efémera. Na categoria de vedeta inserimos as personalidades de António Variações e Carlos Paião, dado que nenhum dos dois teve tempo de se tornar numa estrela, dado o seu desaparecimento precoce.

António Variações soma 48 unidades de análise na nossa tabela, número relativamente baixo, sobretudo tendo em conta a relevância que o cantor assume hoje em dia. De facto, como já aqui referimos, o ruído da doença e da sua personalidade excêntrica podem ter

interferido na cobertura da sua morte. Tendo em conta que a categorização que aqui ensaiamos é baseada nos dados biográficos em correlação com a análise, e não esquecendo a importância de António Variações para a música portuguesa, ele insere-se na categoria de vedeta dada a idade com que faleceu e a menor amplitude da cobertura do seu falecimento nos jornais.

No caso de Carlos Paião, também ele faleceu ainda jovem e a cobertura da sua morte pode ter sido condicionada pela coincidência com o incêndio do Chiado. Na tabela de destaques o cantor soma 29 unidades de análise, um número baixo e coincidente com a pouca atenção que o acontecimento teve nos jornais estudados. Assim, e apesar de também Carlos Paião assumir hoje um lugar de destaque na música portuguesa, considerámos o intérprete como uma vedeta dado o parco tratamento que a sua morte mereceu na época.

Sobre José Afonso, a tabela de destaques que construímos dá-nos uma soma de 181 unidades, sendo que parte deles surge no período das efemérides. Hoje em dia encontramos José Afonso como uma personalidade de relevância dentro do panorama musical nacional, mas não foi essa relevância que detetámos no decorrer da nossa análise, logo após a sua morte. A ideologia e intervenção política de José Afonso poderiam ter interferido no tratamento da sua morte, mas não temos dados objetivos sobre isso. O que aferimos é que os *media* ajudaram a construir a relevância do seu papel na luta pela liberdade, facto expresso nos dados recolhidos no âmbito das efemérides. O nosso estudo mostrou, no âmbito dos dez e vinte anos da morte de José Afonso, que a evocação da sua memória foi consensual, tornando-se claro que o cantautor foi recordado pela relevância da sua ação na música, bem como pelo contributo da sua música para a luta pela liberdade. Sinal desta importância construída está, também, patente nos diversos conteúdos que foram veiculados pela grande maioria dos meios de comunicação social, no passado dia 21 de fevereiro de 2017, a propósito dos 30 anos passados sobre a morte de José Afonso. Assim, a nosso ver, José Afonso assume caraterísticas de uma estrela, marcada pela durabilidade da sua posição no panorama mediático, ainda que a sua morte tenha sido tratada pelos jornais de uma forma que não se coaduna com esta posição. São as efemérides que denotam a construção da personalidade como uma estrela, que emerge à medida que o artista foi esbatendo a figura do homem político que também foi.

Entre as outras estrelas, cuja ação foi, então, mais duradoura dentro do *star-system* das artes, podemos enquadrar Miguel Torga e Sophia de Mello Breyner. Foram dois dos

autores portugueses várias vezes indicados para o Prémio Nobel e que deixaram, através do seu legado literário, a necessária durabilidade que define o discurso mediático sobre as estrelas. Categorizar dois nomes maiores da literatura como estrelas pode parecer-nos um pouco desadequado, dado que a estrela está muitas vezes associada à ideia de mediatismo do seu *star-system* e a literatura não é o setor que mais se proporciona para este tipo de tratamento por parte dos *media*. Ainda assim, é inegável o papel de relevo que ambos assumem dentro da literatura.

Sophia de Mello Breyner soma 99 unidades de análise e a sua morte mereceu bastante atenção por parte dos jornais analisados, sendo de destacar o facto de os periódicos, sobretudo o Jornal de Notícias, terem dado um claro enfoque biográfico no tratamento do tema. No total, foram publicadas seis biografias nos jornais. As efemérides assinaladas reforçam a categorização de Sophia como estrela e a trasladação do corpo para o Mosteiro dos Jerónimos dez anos após a sua morte confirma esse mesmo estatuto.

Miguel Torga soma 140 unidades de análise e o pendor biográfico presente nos jornais também é assinalável (seis biografias publicadas), o que, a nosso ver, é um fator significante da relevância que a personalidade assumiu nos *media*. Ainda assim, não podemos deixar de notar a ausência da cobertura das exéquias, talvez pelo facto de o funeral se ter realizado em Vila Real e o velório no Instituto Português de Oncologia. Por sua vez, as efemérides assinaladas denotam a memória dos jornais e a importância do escritor, uma vez que a primeira década após a sua morte chegou a ser chamada de capa do Jornal de Notícias. Assente na forma relevante como os jornais trataram Miguel Torga após a sua morte e no âmbito das efemérides, e alicerçando aqui a relevância da sua ação no panorama literário, enquadrámos o escritor na categoria de estrela.

No caso de Beatriz Costa assomava uma dúvida: ela não morreu como uma estrela, mas foi uma estrela do teatro e do cinema. Ao contrário de Vítor Baptista, o legado de Beatriz Costa permaneceu intacto, apesar de ela se ter retirado do ativo em 1960, 36 anos antes de morrer. Além disso, ela construiu a sua biografia pública no teatro de revista e no cinema, durante a primeira década do século XX, e esse contexto é próximo do *star-system*. A tabela de destaques resulta em 77 unidades e a análise que realizámos mostra que a morte de Beatriz Costa assumiu alguma relevância para os jornais, mas estes praticamente se limitaram a noticiar a sua morte e recordar a sua vida. O Jornal de Notícias, por exemplo, nem sequer cobriu o funeral da atriz. Além disso, a inexistência de efemérides denota, por

um lado, a falta de memória, e, por outro, nega o tal estatuto de estrela que Beatriz Costa teve em vida. Assim, optámos por considerar Beatriz Costa como uma vedeta, que não se conseguiu impor ao discurso dos *media* para além da sua vida.

Os casos de Raul Solnado e António Feio, ainda que podendo ser categorizados como estrelas, são os únicos que também partilham das caraterísticas das celebridades. O facto de terem trabalhado até à data da sua morte garantiu a sua longevidade no discurso mediático e social. Para além disso, a visibilidade que resulta do facto de trabalharem na televisão, deu-lhes acesso direto à categoria de celebridade. Não podemos esquecer, a este propósito, que as celebridades implicam uma atenção na narrativa pessoal da personalidade e tanto Raul Solnado como António Feio viram, recorrentemente, as suas vidas e as dos que lhes eram próximos serem alvo da atenção dos *media*.

No caso de Raul Solnado, a soma dos destaques é de 256 unidades de análise, sendo de realçar a presença da opinião (18 das 78 peças escritas), apesar da quase inexistência de efemérides. De facto, a sua popularidade pode ser aferida pelos vários textos de opinião publicados após a sua morte. Durante a cobertura da sua morte notámos um grande enfoque na sua carreira por parte dos jornais, com seis biografias publicadas, sinónimo de que alcançou um considerável estatuto mediático. Simultaneamente, registámos um interesse pela sua vida pessoal, até porque a filha, Alexandra Solnado, e a neta, Joana Solnado são figuras públicas e estiveram nas imagens acerca da cobertura das exéquias.

No caso de António Feio falamos de um menor número de unidades de análise (161), uma componente biográfica similar, com a publicação de cinco biografias, e um interesse mais vincado pela sua narrativa pessoal. Este enfoque está patente no destaque dado à doença que vitimou o ator, aos seus relacionamentos amorosos e à relação com os filhos, bem como a factos paralelos e insignificantes para a cobertura jornalística que já foram aqui mencionados.

Assim, concluímos que estas duas personalidades congregam caraterísticas de estrelas e, simultaneamente, de celebridades. No entanto, comparativamente com a cobertura dada a outras personalidades analisadas, decidimos incluir António Feio e Raul Solnado na categoria de celebridades, quer pelo número de destaques que somam, quer pela exposição mediática das suas áreas de atividade e, sobretudo, face ao tratamento que foi dado às suas

mortes pelos jornais analisados, nomeadamente do ponto de vista do enfoque nas suas vidas pessoais.

Ainda na categoria das celebridades, incluímos Angélico Vieira, personalidade que somou 334 unidades de análise na nossa tabela, facto que representa a sétima maior cobertura jornalística, entre os restantes casos tratados. Olhando apenas para os seus dados biográficos, poder-se-ia argumentar que o cantor se encaixaria melhor na categoria de vedeta, mas a sua narrativa pessoal constantemente explorada pelos meios de comunicação social e a sua permanente exposição mediática definem-no como uma celebridade, algo que confirmámos aquando da análise. Também ele tinha uma profissão de exposição constante na televisão e, como já referimos, a relação de cinco anos que manteve com uma outra conhecida atriz fizeram dele capa de várias publicações, não tanto pela vida profissional, mas sim por razões da sua vida pessoal. O destaque de aspetos absolutamente irrelevantes para a cobertura da sua morte, como o facto de ter salvado um cão alguns dias antes de morrer, confirmam esta opção na categorização.

Abaixo reproduzimos a tabela final desta categorização das figuras públicas, cuja morte aqui analisámos. De sublinhar que o que encontramos abaixo é, então, uma grelha de tendências, que resulta da nossa análise e dos dados encontrados e que não deve ser encarada como definitiva, nem tão pouco como estanque. Outros tipos de análise podem encontrar dados diferentes e um alargamento, por exemplo, do estudo das efemérides poderá permitir tirar outro tipo de conclusões.

Tabela 6 – Categorias das figuras públicas

Celebridades	Estrelas	Famosos	Heróis	Mitos	Vedetas
Angélico	Joaquim Agostinho	António de Spínola	Amália Rodrigues	Álvaro Cunhal (em construção)	António Variações
António Feio	José Afonso	José Megre	Eusébio da Silva Ferreira	António de Oliveira Salazar	Beatriz Costa
Raul Solnado	Miguel Torga	Vítor Baptista	José Saramago (semi-herói)	Francisco de Sá Carneiro	Carlos Paião
	Pavão				
	Sophia de Mello Breyner				

Fonte: Elaboração própria

5.14 A ritualidade da morte nos media

A vertente da antropologia religiosa foi um dos segmentos analisados no âmbito deste trabalho, visto que se trata de uma disciplina ligada aos ritos fúnebres. Antes de partirmos para a interligação entre estes ritos e a ação dos *media*, recordemos a teoria de James Carey, autor segundo o qual a comunicação pode ser vista como transmissão e como ritual. A visão ritual da comunicação pressupõe que as notícias não contêm apenas informação, mas também drama, no sentido em que descrevem uma arena de ação e de forças dramáticas, para a qual o público é convidado na condição de espectador, que muitas vezes se identifica com um papel social dentro dessa arena (Carey, 2009: p.7). O autor fala, pois, da representação nos *media* de crenças partilhadas, visando a manutenção da sociedade no tempo.

Já aqui desenvolvemos os ritos de passagem, teoria da autoria de Van Gennep, que inclui uma fase preliminar de separação entre o indivíduo que morreu e a comunidade, seguida de uma fase liminar onde se incorporam os ritos de transição e culminando numa fase pós-liminar caraterizada pelos ritos de reintegração. Da análise realizada, e partindo dessa ideia de *media* como arena de ação e de participação, conseguimos identificar alguns ritos utilizados pelos meios de comunicação social na cobertura da morte das figuras públicas que integram o estudo.

Tendo em consideração o tratamento mediático da morte das celebridades, e por base a ideia de que o luto é um período de transição em que os sobreviventes entram pelos ritos de separação e saem através dos ritos de reintegração na sociedade, podemos concluir que também os meios de comunicação social têm os seus próprios ritos. Assim, a notícia da morte da celebridade marca o ritual da separação, o choque inicial do acontecimento que retirou a personalidade do mundo dos vivos, com toda a informação sobre as circunstâncias em que ocorreu.

A atuação dos jornais insere-se, maioritariamente, no âmbito dos ritos de transição, no sentido em que a quantidade de informação divulgada sobre a vida da figura pública e a cobertura de todas as cerimónias fúnebres colocam o *medium* no papel de observador privilegiado. Constituindo as exéquias o principal rito de transição para os sobreviventes, o meio de comunicação social reporta a cerimónia, permitindo à audiência acompanhar esses mesmos rituais, ainda que neles não participe. Claro que esta integração do público nos ritos de transição tem tanto mais significado se falarmos da cobertura televisiva dos mesmos ou, até, se falarmos dos *media events*, transmitidos em direto. No entanto, mesmo no caso dos jornais, parece-nos que a reconstituição das cerimónias, as imagens dos presentes em lágrimas e as próprias fotografias do cadáver, podem ser estratégias para colocar os leitores dentro do ritual que marca este período de transição.

Van Gennep defendia que este luto, ou seja, este período de transição, se constituía como uma sociedade especial, integrada pelos vivos e pelo morto, e da qual os vivos sairiam tão mais rapidamente, quanto mais fugaz fosse a sua relação com o morto. No caso dos meios de comunicação social, o que nos parece óbvio é que a atenção dada a esse período de transição, ou seja, o tempo que os *media* despendem a relatar os rituais que integram essa sociedade especial, é tanto maior quanto o grau de notoriedade do falecido. Logo, o período de transição será tanto maior, quanto maior é a notoriedade da personalidade. Concomitantemente, este estudo permitiu-nos compreender que são os próprios órgãos de comunicação social que definem a notoriedade que a personalidade assume e, tal como defendem Pantii e Sumiala ao analisar os chamados "*media events*", na Finlândia, os *media* têm um papel importante na narração da tragédia e assumem uma espécie de domínio em relação aos rituais de luto, na medida em que têm o poder de dramatizar, enfatizar ou dar mais importância a um determinado acontecimento.

No que diz respeito aos ritos de reintegração, compostos por momentos que marcam o retorno dos enlutados ao seio da comunidade, os meios de comunicação social dão por encerrado o período do luto quando culminam as exéquias. Podemos encarar como ritos de reintegração todas as notícias subsequentes ao funeral e que, na maioria dos casos que aqui estudámos, visam relatar o que está a ser feito para restabelecer a ordem no setor da sociedade afetado pela morte de determinada figura (caso de Sá Carneiro que deixou vago o lugar de primeiro-ministro a dias das eleições presidenciais) ou ainda dar nota do legado que a personalidade deixa, cobrindo eventuais homenagens, dando conta de tributos e intenções de inscrever na história o nome do falecido. A missa de sétimo dia poderia constituir um desses ritos de reintegração, mas apenas em dois casos verificamos uma cobertura desta cerimónia: Angélico Vieira e Amália Rodrigues.

Já o acompanhamento dos casos que não ficaram encerrados, como o caso Camarate ou o acidente que vitimou Angélico são exemplos de como a reintegração pode ser mais demorada, na medida em que não só o caso não fica fechado, como os próprios *media* fazem questão de o recordar, ou em datas como as efemérides, ou mesmo sem que um novo acontecimento o justifique.

Claude Rivière (*cit. in* Mesquita, 2003: pp.320-321) considera que o processo cerimonial (no sentido de processo ritual) engloba os ritos sistémicos globais (a cerimónia no seu conjunto), as sequências rituais (por exemplo, purificação, sacrifício, apresentação à família) e os ritemas (conjunto das partes que compõem o rito). No caso do padrão verificado nos jornais que analisámos, podemos subdividir a morte de personalidades em três sequências rituais: síntese, exéquias e *co-memoração*. O periódico começa por sintetizar a vida da personalidade, através da publicação de biografias e notícias que descrevem as circunstâncias da sua morte. Segue-se a cobertura das exéquias, onde se inclui o velório, o funeral e, eventualmente, a missa de sétimo dia. Por último, no âmbito da *co-memoração* encontramos as homenagens, bem como as efemérides, estas últimas como uma forma de recordar a vida da personalidade.

No fundo, à medida que cessam as notícias sobre o acontecimento entramos no momento Kairos, que José Rebelo (2009) definiu como o momento em que a ocorrência deixa de suscitar interesse no público leitor, após ter atingido o ponto mais elevado da curva ascendente. Segundo esta conceção, a notícia da morte e a cobertura do funeral estão no

sentido da progressão do interesse, enquanto o decréscimo surge depois das exéquias e é tanto mais rápido quanto menor for a notoriedade da personalidade.

5.15 A confirmação e negação das hipóteses

Por último iremos abordar as hipóteses colocadas no início deste estudo, aferindo sobre a sua confirmação.

A primeira hipótese que colocamos prendia-se com o possível aumento da atenção dos *media* sobre a morte das celebridades nos últimos 40 anos. Tal como já tinham referido Pantti e Sumiala (2009: p.126), nos acontecimentos mais antigos os *media* desempenhavam um papel de observadores e de testemunhas dos rituais religiosos, sem tomarem parte ativa neles. A partir dos anos 90, os *media* assumiram um papel mais ativo na difusão desses rituais religiosos, por exemplo, com entrevistas às testemunhas do evento que comparecem às cerimónias religiosas.

Podemos dividir arbitrariamente a nossa tabela temporal em dois momentos, isolando o período entre 1970 e 1996 (de Salazar a Spínola) e o período entre 1999 e 2014 (Vítor Baptista a Eusébio) e considerando apenas os onze dias após a morte da personalidade. No primeiro período, a cobertura das mortes soma 620 imagens face às 1488 imagens utilizadas pelos jornais no segundo período. Conclui-se, portanto, que a cobertura imagética da morte cresceu substancialmente. Quanto ao número de artigos, no período entre 1970 e 1996 encontramos a morte das dez personalidades descrita em 812 peças e no período entre 1999 e 2014 este valor sobe para 1258. A partir destes dados, poderíamos considerar que a cobertura da morte das celebridades aumentou nestes 40 anos, mas tal conclusão parece-nos limitada, uma vez que o aumento do número de artigos tem a ver com algumas opções gráficas dos jornais, como por exemplo o facto de o Correio da Manhã incluir um maior número de breves nas suas edições mais recentes ou por as vozes terem passado a ser individualizadas e, por isso, contarem como uma unidade, em vez de estarem incluídas na notícia principal, como acontecia no passado. Feitas estas considerações, e tendo também em conta a nossa análise, podemos pois concluir que há uma maior atenção sobre a morte nos últimos 15 anos estudados, mas a diferença não é assim tão significativa como a disparidade entre o número de imagens e artigos faz transparecer. Estão aqui subjacentes as questões de estilo dos próprios jornais, o aumento do número de páginas dos periódicos e o tipo de acontecimento, bem como a categoria da personalidade falecida. No que diz respeito às capas, no primeiro período considerado

registamos 64 destaques de primeiras páginas e no segundo período 70 destaques, sinal claro de que a discrepância não é assim tão relevante, e que a morte sempre foi tema de capa nos jornais.

Tabela 7 – Comparação temporal: os onze dias após a morte

1970-1996			
Personalidade	Imagens	Notícias	Capas
A. Oliveira Salazar	193	275	12
Pavão	31	40	4
Francisco Sá Carneiro	204	298	22
Joaquim Agostinho	58	50	6
António Variações	7	10	3
Zeca Afonso	25	38	4
Carlos Paião	8	6	2
Miguel Torga	28	38	4
Beatriz Costa	29	22	3
António de Spínola	37	35	4
TOTAL	620	812	64
1999-2014			
Vítor Baptista	5	5	0
Amália Rodrigues	177	166	10
Sophia	22	33	4
Álvaro Cunhal	239	185	9
José Megre	10	6	0
Raul Solnado	111	77	6
José Saramago	232	227	10
António Feio	78	46	6
Angélico Viera	176	91	9
Eusébio	438	422	16
TOTAL	1488	1258	70

Fonte: Dados recolhidos na pesquisa.

Aquilo que o nosso estudo nos permitiu concluir é que, mais do que ter aumentado, o grau de atenção mediática sobre a morte nas últimas quatro décadas modificou-se. Na verdade, não nos parece que o valor-notícia da morte se tenha intensificado, mas foi sofrendo alterações, algumas das quais resultaram numa atenção mais direcionada às exéquias e aos pormenores passíveis de tratamento noticioso. Exemplo disso é a morte de Carlos Paião, em 1988, e a morte de Angélico Vieira, em 2010. No primeiro caso o potencial de dramatismo não foi explorado por nenhum dos jornais em análise e, no segundo caso, o tratamento do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias denota já um aproveitamento da vertente mais emotiva e dramática do caso.

A segunda hipótese que colocamos prendia-se com o maior número de espaço ocupado nos jornais nos dias imediatamente a seguir à morte da celebridade, facto que confirmamos claramente, mas que pode extender-se até a um período de três dias: o dia após a morte, o dia após o velório e o dia após o funeral. No âmbito desta hipótese colocava-se a questão sobre se as novas informações em torno da morte da celebridade justificavam novas capas sobre o acontecimento. Verificamos que isto aconteceu em apenas três casos: Francisco Sá Carneiro, Angélico Vieira e Eusébio. No caso de Sá Carneiro todas as informações posteriores relacionadas com a nomeação de um novo primeiro-ministro ou ligadas à investigação do acidente que vitimou o líder político justificaram que essas informações ocupassem um espaço nas capas dos jornais. Quanto a Angélico Vieira, verificamos isso mesmo no âmbito da investigação em torno do acidente rodoviário em que o ator foi vítima. No que toca a Eusébio, as homenagens após a sua morte também motivaram a inserção desses conteúdos nas primeiras páginas.

A terceira hipótese por nós colocada prendia-se com o facto de as efemérides serem assinaladas para recordar a personalidade, algo que se confirma apenas em alguns casos. De facto, a efeméride de seis meses está ausente dos jornais e as restantes existem para recordar a celebridade falecida mas, muitas vezes, fazem-no ancoradas num tema principal que ajuda a fazer a evocação. Tal como já referimos, também há casos em que a efeméride é independente da existência de alguma novidade em torno da personalidade e há mesmo exemplos de personalidades cujas efemérides nunca foram assinaladas.

Quanto à quarta hipótese, que apontava no sentido de as personalidades com maior importância serem objeto de um tratamento mais extenso, confirmamos que as figuras cuja morte originou maior número de peças, páginas e imagens foram Eusébio, Sá Carneiro, Álvaro Cunhal, José Saramago, Amália Rodrigues e Salazar. Quando falamos de importância, referimo-nos à notoriedade e, desse ponto de vista, as personalidades elencadas assumiram um claro destaque na sua vida pública, fruto dos seus feitos, cargos ocupados e posicionamento social. Curiosamente, estas figuras são aquelas que classificamos como heróis ou mitos.

Passando agora para a quinta hipótese, e já no domínio da análise qualitativa, supusemos que a abordagem informativa dada pelos jornais, quando da morte das personalidades públicas, obedecesse a um padrão. Isto é verdade na maioria dos casos, sobretudo no que diz respeito às biografias, que muitas vezes focam os mesmos acontecimentos do passado,

ainda que algumas sejam mais extensas do que outras. Se o padrão se coloca do ponto de vista do género narrativo, como a biografia, o mimetismo editorial não é necessariamente uma tendência. Esse aspeto é visível sobretudo nos casos do segundo período temporal (1999-2014), onde é notório que os jornais procuram, por vezes, uma visão diferenciada, como verificamos nos casos de José Saramago, António Feio e Angélico Vieira, em particular nos títulos mais populares.

A sexta hipótese assumia a possibilidade de as marcas de subjetividade que antevíamos encontrar terem um cariz positivo e elogioso, denotando um sentimento de perda comum. Tal como já referimos, muitas das subjetividades que identificamos estavam marcadas por este tom de perda, algo que atribuímos à suspensão da crítica que os jornais assumem após a morte da figura pública. Ainda assim, a principal conclusão neste campo é que a subjetividade é mais marcante no primeiro período temporal da nossa análise do que no segundo, altura em que a subjetividade só aparece em maior escala quando justificada pela relevância da celebridade. As três perguntas de investigação levantadas por esta hipótese confirmaram-se, uma vez que o jornalista utiliza adjetivos de cariz elogioso, faz alguns juízos de valor sobre a personalidade e a sua voz chega a ser bem evidente.

5.16 Modificações no jornalismo e opções na cobertura das mortes

Decidimos autonomizar a sétima e última hipótese que colocamos no âmbito deste estudo, porque nos parece que a confirmação desta hipótese entronca numa das nossas principais conclusões. Assim, pusemos à partida a hipótese de as mudanças na cobertura jornalística da morte da celebridade refletirem as alterações do jornalismo nos últimos 46 anos, algo que confirmamos e podemos agora inter-relacionar com a segunda parte deste estudo, em que abordamos a prevalência de certos valores-notícia na atualidade e as mudanças do jornalismo rumo à espetacularização.

No que diz respeito aos valores-notícia, parece-nos claro que a morte, a notoriedade e a novidade são critérios de noticiabilidade transversais a todos os casos aqui analisados. Dependendo da personalidade de que estamos a falar, podemos acrescentar o inesperado (Pavão, Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, Carlos Paião, Amália e Angélico Vieira), o potencial de dramatização (Pavão, Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações, Carlos Paião, Vítor Baptista, António Feio, Angélico Vieira e Eusébio), a notabilidade (Sá Carneiro, Carlos Paião, Angélico Vieira), a infração (Angélico Vieira) e a relevância (Salazar, Sá Carneiro, Amália, Álvaro Cunhal, José Saramago e Eusébio). Assim, e face

aos valores-notícia elencados por Nelson Traquina, parece-nos que há alguns casos que têm potencialmente associado outros valores-notícia. Porém, a exploração que é feita nem sempre vai ao encontro dessa possibilidade. É o caso da morte de António Variações, cujo potencial de dramatização em torno de uma morte possivelmente causada por uma nova e mortífera doença poderia ter sido aproveitado pelos jornais da época, algo que não aconteceu, como já vimos, devido à ausência de clareza e existência de alguma complexidade com que então se revestia a Sida. O mesmo podemos dizer da morte de Carlos Paião, na sequência de um acidente de viação onde morreu outra pessoa, caso semelhante com o que sucedeu com Angélico Vieira. Este último, foi tratado com acento tónico na dramatização e no sensacionalismo por parte do Correio da Manhã e do Jornal de Notícias, algo que não verificámos no caso de Carlos Paião.

Assim, confirma-se a hipótese que levantamos, acerca da espetacularização da informação, que passa, por exemplo, por um predomínio de notícias mais leves e que correspondem mais facilmente ao interesse do público, opção normalmente atribuída à luta pelas audiências. A chamada de primeira página que o Correio da Manhã faz em torno do avião fretado pelo Estado português para trazer o corpo de José Saramago para Portugal é um exemplo de uma notícia leve, que explora a eventualidade de um caso e que predomina sobre uma abordagem centrada no acontecimento principal: a morte do Prémio Nobel da literatura. A foto de capa em que o Jornal de Notícias refere que Angélico Vieira vai a enterrar de chapéu e sem órgãos corresponde à ideia dos óculos utilizados pelos jornalistas que lhes permitem selecionar, entre todos os factos de um determinado acontecimento, aqueles que são mais sensacionais ou espetaculares, tal como criticava Pierre Bourdieu (1997: p.25).

A ideia de que os *media* são, hoje, um campo de espetáculo foi referida por vários autores (Ramonet, 1999; Mesquita, 2002; Debord, 2002; Wolton, 1999) e, tal como defende Vargas Llosa (2013: p.50), a fronteira entre o jornalismo sério e sensacionalista foi alvo de uma erosão, na medida em que o entretenimento assume, também, um peso cada vez maior na sociedade. Os meios de comunicação social, e neste caso os jornais, foram-se vendo perante a iminência da opção pela informação como instrumento de diversão, realidade que não é imune ao aparecimento da televisão, numa primeira fase, e dos novos *media*, posteriormente. É por isso que a espetacularização é também entendida como uma hipérbole, no sentido do realce exagerado de determinados "casos", em prol do

acontecimento central. Esta crítica foi feita por Mário Mesquita (2003), para quem o jornalismo tem optado por inflacionar os acontecimentos e valorizar os temas mais passíveis de gerar dramatismo. Aliás, a ideia de notícia-espetáculo tem eco em alguns dos conteúdos que encontramos nos jornais que analisamos. São disto exemplo a manchete sobre o dinheiro que a viúva de Eusébio iria receber por parte do Benfica, as notícias em torno da rivalidade entre a namorada e ex-namorada de Angélico Vieira aquando da sua morte, os detalhes sobre o cancro que vitimou António Feio, a notícia de que Angélico tinha salvado um gato de ser atropelado na véspera de morrer ou a aparente estranheza acerca da presença dos familiares de Álvaro Cunhal no seu funeral. Esta tendência foi algo que identificámos de forma inequívoca no segundo período temporal analisado, com especial enfoque nos casos das mortes ocorridas a partir de 2009. Podemos concluir que se trata de uma mudança efetiva no tratamento noticioso da morte das celebridades, uma vez que esta espetacularização poderia ter sido explorada nos casos de Pavão, Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações e Carlos Paião, mas tal não se verificou.

Por último, afigura-se relevante olhar para cada um dos jornais, até porque as opções editoriais não são comuns a todos, pelo menos não da mesma maneira. De acordo com a distinção de Colin Sparks (2000: pp.13-15), podemos retirar algumas conclusões face ao perfil dos jornais aqui analisados. O autor considera que a oscilação dos jornais entre os domínios público e privado, por um lado, e entre os assuntos mais sérios e mais leves, por outro, pode ser uma forma de categorizar os *media*. Assim, e como vimos a propósito da questão da tabloidização, Sparks identifica cinco tipos de jornais: a "imprensa séria", a "imprensa semi-séria", a "imprensa séria-popular", a "imprensa tablóide da banca de jornais" e a "imprensa tablóide de supermercado".

Tendo em conta a nossa análise da cobertura da morte das figuras públicas, parece-nos que o Diário de Notícias se posiciona mais perto da categoria de "imprensa semi-séria". Tal como lembra Sparks (2000: p.15), hoje não há nenhuns, ou muito poucos jornais, que possam ser definidos como imprensa séria, visto que mesmo os periódicos mais sérios também dão um largo espaço ao desporto e ao entretenimento. Assim, o Diário de Notícias, enquanto jornal próximo da categoria de "imprensa semi-séria", e de acordo com a caraterização de Colin Sparks, concentra os conteúdos em assuntos políticos, económicos e de sociedade, mas não deixa de integrar algumas notícias mais leves, dando ênfase à apresentação visual.

Também decorrente da nossa análise, parece-nos clara a posição do Jornal de Notícias, mais perto da categoria da "imprensa séria-popular", visto tratar-se de um periódico onde o visual tem bastante importância e cujo conteúdo editorial se foca muitas vezes nos escândalos, desporto e entretenimento. Apesar desta tendência para o privado e para as notícias mais leves, Colin Sparks (2000: p.15) considera que este tipo de jornais partilha o mesmo inventário de valores-notícia dos jornais mais sérios. Da nossa análise ressalta, por um lado, o enfoque nas notícias mais sérias, mas, por outro lado, a tendência de, por vezes, dar preponderância e fazer abordagens próprias de conteúdos mais leves. A cobertura da morte de Angélico Vieira denota bem esta tendência, na medida em que o Jornal de Notícias escolheu destacar na sua primeira páginas que o cantor iria a enterrar, de chapéu, e sem os órgãos, que haviam sido doados.

Por último, no que diz respeito ao Correio da Manhã, do ponto de vista da nossa análise, este foi o jornal que, editorialmente, publicou maior número de notícias leves e deu mais primazia ao escândalo. Consideramos, pois, que se enquadra na "imprensa tabloide de banca de jornais", fruto de uma agenda que privilegia o escândalo e o entretenimento. A título de exemplo refira-se, entre outros, a questão das despesas da trasladação de José Saramago, a relação entre Angélico Vieira, a sua namorada e a sua ex-namorada, bem como o enfoque em factos desprovidos de relevância, como a presença de família de Álvaro Cunhal no seu funeral ou o número de quilos que António Feio perdeu fruto da sua doença.

6 Conclusão

A morte é um acontecimento disruptivo, mesmo quando, inelutável, é já esperada. A disrupção provocada pela morte pode ser avaliada pelos comportamentos dos sobreviventes, pelos cerimoniais e, ainda, pelos ritos a ela associados. Desde as contemporâneas cerimónias fúnebres do mundo ocidental, aos rituais de separação entre o corpo e a alma das pequenas comunidades, cada povo e cada território utiliza os seus próprios meios e procedimentos, as suas próprias cerimónias e ritos, para se despedir de quem parte, para assinalar essa partida e, em alguns casos, a sua entrada em outro mundo.

Até à Idade Média a morte foi um acontecimento tratado com alguma familiaridade, sendo também romantizada e, de certo modo, admirada pela sua beleza, uma atitude distante das manifestações de choro e dor identificadas a partir da Idade Moderna (Ariès, 2010: p.48). Hoje em dia, porém, sabemos que existe um distanciamento em relação à morte, causado, na opinião de autores como Norbert Elias (1987), pela sua percepção como uma tabu, devido ao facto de, na sua essência, ser algo desconhecido. Se durante a Idade Média, tal como explica Ariès (2010), os sinais de dor eram exuberantes, nas sociedades contemporâneas a morte é menos pública do que então e as manifestações de luto têm um carácter mais discreto. Este distanciamento está patente no facto de atualmente se morrer mais nos hospitais e menos em casa, na ideia de que é preciso utilizar eufemismos quando se aborda o tema com as crianças e ainda nas próprias cerimónias fúnebres, que visam ultrapassar rapidamente o processo de dor.

Paralelamente a esta atitude de afastamento em relação à morte e ao morto, a par com o seu cariz mais privado, deparamo-nos com uma quase omnipresença do fenómeno nos meios de comunicação social. Numa primeira fase do nosso estudo pareceu-nos contraditório que a morte fosse vista como um tabu nas sociedades ocidentais, as mesmas que lhe dedicam tanta atenção nas manchetes de periódicos e aberturas de telejornal. Ultrapassada esta primeira ideia de oposição entre ambas as realidades, compreendemos que quando falamos em medo da morte ou na ideia de morte como um tabu, falamos de um receio assente no medo da nossa própria finitude, que subsiste lado a lado com uma curiosidade quase mórbida pela morte dos outros.

Keith Durkin (2003) foi um dos investigadores que tentou explicar esta dualidade de posicionamentos em relação à morte e concluiu, referindo-se à realidade norte-americana,

que a negação da morte é aparente, pois na verdade a população está em contacto constante com ela, pela sua presença na cultura popular, por exemplo, em séries televisivas, no cinema ou na música. Ainda assim, Durkin admite a possibilidade de uma outra explicação para esta atitude contraditória, que pode residir no facto de a negação efetiva da morte ser compaginável com uma necessidade intrínseca de saber mais sobre ela.

A dimensão negativa associada, em alguns casos, ao inesperado, dá à temática da morte nos *media* um elevado valor de noticiabilidade. No entanto, e como vimos ao longo deste estudo, não basta que ela ocorra para que seja digna de notícia. A morte é um acontecimento comum, pelo que o efeito da sua noticiabilidade depende das condições da sua ocorrência. Por isso, ao analisar a sua presença nas notícias procurámos estudar, em particular, o tratamento dos casos em que estão envolvidas figuras públicas. Combinámos, portanto, morte e notoriedade num só objeto de estudo, que nos propusemos clarificar analisando as páginas dos jornais que se seguiram à morte de 20 personalidades portuguesas.

Figura pública é um conceito demasiado lato, sobretudo numa época em que o espaço público é dominado pelos *media* e pelas novas tecnologias da informação e da comunicação. Se o aparecimento dos *media* de rádio difusão, iniciado nos anos 20 do século XX, significou uma maior amplitude do grau de atenção dado às personalidades que assumem destaque na vida pública, as novas tecnologias da comunicação e da informação vieram amplificar significativamente essa dimensão. Por outro lado, a opacidade introduzida pela proeminência do espaço digital e o crescimento do *infotainment* permitiram o alargamento do conceito de celebridade, facto que se nos afigurou necessário objetivar desde logo. Entre outros fatores, a vertente do entretenimento no meio televisivo e a denominada tabloidização dos meios de comunicação social, associada, mais recentemente, à crise económica dos *media* e do seu modelo de negócio, incentivaram a exploração mediática das pessoas públicas. Por isso, tornou-se necessário proceder à tipificação dos diferentes estatutos públicos das personalidades na sua relação com os *media*. Após um esforço teórico que reuniu contributos de dezenas de autores, chegámos a uma categorização que distingue Celebridades, Estrelas, Famosos, Heróis, Mitos e Vedetas, o que nos permitiu olhar para o tratamento jornalístico da morte das figuras públicas e perceber até que ponto isso é determinado e/ou determina os *media*.

As transformações inerentes ao setor mediático têm vindo a traduzir uma aposta de vários meios de comunicação social em estratégias de espetacularização e tabloidização, que assentam no predomínio de notícias leves e num tratamento por vezes displicente da informação. Ao longo deste estudo, quer quando convocamos os olhares de vários autores em torno da cobertura mediática das mortes de Diana Spencer ou John Kennedy, quer quando pudemos confirmar e refutar algumas das nossas próprias hipóteses, identificámos algumas estratégias que nos parecem alinhadas com preocupações comerciais com as audiências. As narrativas dos *media* não são independentes das mudanças económicas, tecnológicas e culturais do sector, pelo que o predomínio do *infoentretenimento*, a espetacularização e o recurso à hipérbole estão diretamente relacionados com os desafios colocados pelas audiências. Os óculos especiais que, segundo Pierre Bourdieu (1997), são usados pelos jornalistas e que lhes permitem ver as coisas de determinado modo, são utilizados para selecionar o dramático, o extraordinário e o inesperado. Mas do lado do que o autor apelida de extraordinário ordinário estão também temas que têm lugar no alinhamento informativo, e entre eles, dizia Pierre Bourdieu, estão os incêndios, inundações e assassinatos, ou seja, o inesperado.

Em nosso entender, o caráter disruptivo da morte manifesta-se nas narrativas mediáticas, em particular, através de duas formas: do inesperado e da notoriedade. Sendo certo que o inesperado é um critério de noticiabilidade a ter em linha de conta, por vezes a morte esperada de uma personalidade de elevada notoriedade já é, por si só, garante de um tratamento mediático mais extenso. Foi a pensar nas diferentes categorias de fama, nos diversos contextos de morte e dos próprio *media* e nas mudanças inerentes ao sector da comunicação social, nos últimos 40 anos, que partimos para este estudo. Quando nos propusemos estudar a morte de 20 personalidades portuguesas falecidas nos últimos 42 anos, tínhamos como objetivo analisar as narrativas mediáticas da morte de diferentes figuras públicas e a sua evolução ao longo do tempo. Tínhamos a certeza que a morte era um valor-notícia com bastante peso e estávamos também certos de que a notoriedade e o inesperado poderiam alavancar essa noticiabilidade.

Partimos então para a análise aprofundada da narrativa mediática das mortes de António de Oliveira Salazar, Fernando Pascoal das Neves, Francisco Sá Carneiro, Joaquim Agostinho, António Variações, José Afonso, Carlos Paião, Miguel Torga, Beatriz Costa, António de Spínola, Vítor Baptista, Amália Rodrigues, Sophia de Mello Breyner, Álvaro Cunhal, José

Megre, Raul Solnado, José Saramago, António Feio, Angélico Vieira e Eusébio da Silva Ferreira. Para aferir acerca do tipo de cobertura destes falecimentos, distanciados por mais de 40 anos, optámos por analisar três periódicos: o Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias. Ao longo de 915 edições que constituíram o nosso *corpus*, registámos a existência de 2240 artigos e 2280 imagens, a partir dos quais pudemos testar as hipóteses de estudo, previamente levantadas.

Na prossecução dos objetivos a que nos propusemos, procurámos encontrar figuras públicas representativas de diversos setores da sociedade portuguesa, tendo em mente um conceito de personalidade célebre que se assume como tal por ter gozado de alguma relevância no desempenho das suas funções, sejam estas na área do desporto, na cultura ou na política. Ao analisarmos a morte das personalidades que escolhemos para serem alvo deste estudo, deparámo-nos, desde logo, com a inevitabilidade do enquadramento de cada uma delas em diferentes tipologias de atenção pública, de reconhecimento e grau de realizações profissionais, enformadas em categorias que definimos aquando da distinção entre os diversos graus de notoriedade. Essa notoriedade ajudou a traduzir a maior relevância da morte de algumas personalidades em relação a outras, mas concluímos que existem outros fatores que ampliam, perturbam ou enviesam a cobertura da morte. Assim, e face à categorização que ensaiámos, pudemos concluir que entre os heróis identificados neste estudo, Eusébio foi aquele cuja morte teve mais repercussão em número de páginas e em percentagem de espaço noticioso dedicado. Quanto aos três mitos identificados, todos eles constam entre as personalidades com maior mediatização: Salazar destaca-se por ter sido alvo da maior percentagem do número total de páginas de um jornal (Diário de Notícias), enquanto Álvaro Cunhal lidera em número absoluto de páginas dos três periódicos e Francisco Sá Carneiro destaca-se por ter sido quem percentualmente reúne mais espaço noticioso ocupado no conjunto dos jornais analisados. A cobertura do falecimento dos Famosos, Vedetas e Celebridades é menos expressiva.

A categorização que aqui ensaiámos e que, como já explicámos, não fazia parte do nosso objeto de estudo inicial, pode suscitar a criação de uma metodologia para verificação das categorias propostas aplicada às personalidades públicas. Reiterando que a nossa proposta decorre dos dados encontrados durante a análise, e não sendo uma categorização estanque, este esforço poderá ser o ponto de partida para novos aprofundamentos, bem como para a exploração de outras categorias das figuras mediáticas e da sua construção narrativa.

Uma das primeiras conclusões do nosso estudo apontava no sentido de um tratamento mediático distinto, consoante o reconhecimento público da personalidade. Se primeiramente percebemos que o grau de atenção mediática está diretamente relacionado com o estatuto público da personalidade, seguidamente compreendemos que a linha editorial de cada um dos periódicos influenciava o tratamento noticioso de um mesmo acontecimento. O Diário de Notícias destacou-se, neste estudo, por ser o jornal que dá mais atenção à morte das figuras públicas, mesmo quando elas são menos conhecidas e mediatizadas, como é o caso de José Megre. De facto, este periódico foi quem cedeu menos às contingências das personagens, colocando possíveis idiossincrasias de parte e procurando olhar para a importância de cada figura, no seu tempo, e numa perspetiva histórica e nacional.

No entanto, a conclusão mais relevante é a de que existe uma consonância entre o tratamento da morte dado a figuras públicas, a sua área de intervenção social (cultura, desporto, política…) e uma linha editorial de cada periódico. Assim, por exemplo, cinco das figuras de maior relevância pública (Álvaro Cunhal, António de Oliveira Salazar, Amália, Eusébio e José Saramago) tiveram um tratamento mais extenso da sua morte no Diário de Notícias, enquanto as personalidades que categorizámos como celebridades (Angélico, António Feio e Raul Solnado) gozaram de maior atenção mediática por parte do Correio da Manhã. Já o Jornal de Notícias destacou-se na cobertura da morte de personalidades oriundas da zona Norte do país, reforçando assim a ideia, assumida editorialmente, de ser um título do Norte.

Concluímos, também, que António de Oliveira Salazar foi uma das personalidades com mais destaque em número de páginas e, sobretudo, em percentagem do espaço ocupado nas páginas dos jornais analisados, ainda que seja preciso recordar que na altura o Correio da Manhã ainda não existia. A morte de Salazar totalizou 11,8% das páginas do Diário de Notícias, jornal do regime, conotado com o Estado Novo. Não deixa de ser curioso que aquele cuja morte ocupou maior percentagem de espaço num jornal, seja a mesma figura que desapareceu das páginas dos jornais logo após o 25 de Abril de 1974: não foi encontrada qualquer referência a Oliveira Salazar em nenhuma das efemérides incluídas neste estudo. Podemos argumentar que o facto de Salazar ter morrido em pleno Estado Novo e o Diário de Notícias estar conotado com o regime é sinal de enviesamento dos resultados. Neste contexto, poder-se-ia até perguntar da pertinência deste caso na nossa

análise. Um aspeto relevante neste caso parece-nos ser o facto de o reconhecimento das personalidades públicas pelos *media* não depender de uma determinação dos poderes públicos, mesmo quando podem recorrer a formas de imposição como a censura. Com efeito o processo de mediatização das figuras públicas obedece a formas mais complexas de construção de uma narrativa pública que, não sendo alheias aos discursos institucionais, depende também da sua conformação com as linguagens e ideologias dos *media*, em articulação com a opinião pública, de que os meios de comunicação social são, em parte, produto e produtores. Deste modo, ao árduo trabalho a que se deu a ditadura para a construção de um mito, sucedeu o camartelo do esquecimento no período da democracia, cujos jornais deixaram passar em branco as efemérides da morte de Salazar, sem sequer a elas se referirem, mesmo para evocar os efeitos nefastos que teve para o país. Ainda assim, e como defendemos na categorização de Salazar como um mito, a sua imagem persiste no imaginário nacional, sendo ainda alvo de invocações e discórdias.

Se tivermos em conta a cobertura total dos três periódicos, Eusébio foi a personalidade cuja morte mereceu o tratamento mais extenso, quer em número de páginas, quer em número de artigos. Seguiu-se-lhe Francisco Sá Carneiro, Oliveira Salazar e José Saramago. De salientar, porém, que a noticiabilidade de Sá Carneiro foi também a morte e as suas circunstâncias: o inesperado, as condições estranhas do acidente, a incerteza sobre o futuro político num país à beira das eleições. Os números do conjunto dos três jornais confirmam Vítor Baptista, José Megre e também Carlos Paião como as figuras públicas cuja morte foi menos noticiada.

As capas dos jornais também foram alvo do nosso interesse e concluímos que Sá Carneiro é a personalidade mais vezes referida nas primeiras páginas dos três jornais, algumas vezes com mais do que uma menção na mesma capa. Eusébio e Amália Rodrigues detêm o segundo e terceiro lugar no ranking dos destaques de primeiras páginas. Os dados referentes às capas dos jornais são consonantes com o menor número de páginas e de artigos dedicados a Vítor Baptista e José Megre, uma vez que a morte de ambos não foi alvo de qualquer destaque de primeira página em nenhum dos três jornais.

Também percebemos que Carlos Paião foi uma das personalidades cuja morte teve menos destaque nos jornais analisados. Este facto demonstra, a nosso ver, como, por vezes, o ruído de outros acontecimentos pode retirar importância a um facto à partida repleto de motivos de noticiabilidade. Esta conclusão é reafirmada noutra circunstância, em que a

final do Euro 2004 secundarizou o funeral de Sophia de Mello Breyner. Mas percebemos que há outras formas de ruído, nomeadamente a questão da clareza dos factos relatados, que pode ter afetado a cobertura da morte de António Variações, vítima de Sida numa altura em que pouco ou nada se sabia sobre esta doença, ou, como reconheceria mais tarde o Correio da Manhã, era considerada uma doença de homossexuais.

O nosso estudo permitiu mostrar também que existem posicionamentos editoriais que condicionam o tratamento mediático. Foi o caso do, já aqui referido, elevado grau de atenção dado à morte de Salazar, por parte do Diário de Notícias, e parece ter sido também essa a razão da menor atenção dada por parte do Correio da Manhã ao falecimento de figuras ideologicamente conotadas com a esquerda, como José Afonso, Álvaro Cunhal ou José Saramago. No caso de Zeca Afonso a presença da personalidade nas datas das efemérides da sua morte no Correio da Manhã desmente esta possibilidade, ainda assim, quando os anos relegaram para segundo plano o político e deixaram apenas a memória do artista da música popular portuguesa. No caso de Álvaro Cunhal e José Saramago o foco do periódico em temas paralelos, como o destaque dado à presença da viúva, da filha e da irmã de Cunhal nas exéquias ou a chamada com o avião fretado para ir buscar o corpo de Saramago, confirmam, no mínimo, um enviesamento em relação ao acontecimento principal e que desmente a ideia de Dayan e Katz, acerca da suspensão crítica face ao momento da morte de cada uma destas personalidades.

Acrescente-se ainda a este respeito que o foco em questões paralelas ou potenciadas pelo falecimento de uma figura pública vai ao encontro da ideia dos que defendem estarmos perante uma tendência para a tabloidização e espetacularização dos meios de comunicação social. Os exemplos da morte de Angélico Vieira e de António Feio, em que se deu destaque à cremação sem órgãos e ao cancro que vitimou o ator, respetivamente, quer no Jornal de Notícias, quer no Correio da Manhã, denotam a valorização do trivial, roçando o voyeurismo. Estes são apenas dois dos exemplos que identificámos e que confirmam a primazia de uma informação menos séria, da valorização e potenciação do cariz dramático dos acontecimentos e do apelo às emoções. O próprio facto de os três jornais incluírem, maioritariamente, imagens das pessoas presentes no funeral, quase sempre com esgares de dor e pesar, denotam esta tendência para a dramatização e espetacularização do acontecimento.

No que toca à imagem concluímos que a morte é desde o início da década de 2000 menos gráfica do que era desde 1970. O nosso estudo confirma que os periódicos não tinham qualquer pudor em mostrar o cadáver durante as décadas de 70, 80 e 90 do século passado e que passaram a ser mais contidos após a entrada no novo século. Se considerarmos, aliás, o caso recente de Mário Soares, percebemos que a lente do fotógrafo é bem mais comedida perante um caixão aberto do que era, por exemplo, em 1984, perante o corpo do malogrado Joaquim Agostinho. A exploração da morte pelos *media* existe desde que existem jornais. Hanusch diz até que as imagens e descrições da morte eram bem mais gráficas no século XVII do que o são agora, em pleno século XXI, conclusão que confirmamos e refutamos. Segundo a nossa análise, encontramos mais imagens dos cadáveres das celebridades entre 1970 e 1996, mas as fotografias publicadas após essa data dizem respeito às personalidades de estatuto mais elevado: Amália, José Saramago e Eusébio. Ainda assim, o olhar do jornal é mais comedido e bem menos intrusivo do que era no primeiro período temporal por nós analisado. Por outro lado, mesmo que não se mostre o corpo da pessoa morta na capa do jornal ou na abertura do noticiário televisivo, o tempo de antena dado à morte é certamente maior hoje em dia do que era há décadas atrás.

Também a questão geográfica foi claramente determinante da cobertura de algumas mortes. Foi o caso de Pavão, cujo destaque dado pelo Jornal de Notícias foi muito superior à cobertura minimalista do Diário de Notícias. Apesar de os dados serem menos discrepantes do que os registados aquando do falecimento de Pavão, podemos justificar com razões de âmbito geográfico o maior destaque que a morte de Eusébio teve nos dois periódicos sediados em Lisboa – o Correio da Manhã e o Diário de Notícias – e a maior cobertura do falecimento de Miguel Torga e Sá Carneiro, ambos com raízes no Norte do país, no Jornal de Notícias.

Outra das conclusões retiradas deste estudo foi a importância da biografia enquanto género jornalístico da morte, o que vem confirmar a importância da narrativa acerca do que deve ser memorizado do percurso de uma figura pública, numa espécie de balanço similar daquele que, como vimos, se apresentava perante o moribundo da Idade Média. Atualmente, é ao jornal que cabe este papel de narrar a vida do falecido, como se de um juízo final se tratasse. Muitas vezes este posicionamento é retomado aquando do assinalar das efemérides.

Ainda no que toca à análise dos géneros jornalísticos, a presença das vozes assinala a importância da personalidade em vida, na medida em que quanto mais reações são publicadas, mais relevância o falecido assume na sociedade para o periódico. Este aspeto assume ainda, a nosso ver, outra dimensão importante: as vozes são também uma câmara de eco do próprio jornal que não apenas consagram a figura pública como reverberam as opções editorais dos *media.*

Verificámos igualmente que a importância da figura falecida é expressa pela importância das pessoas a quem são pedidos depoimentos: os casos em que todos os jornais analisados ouviram o Presidente da República e o primeiro-ministro verificaram-se quando do falecimento de Amália Rodrigues, Oliveira Salazar, António de Spínola, Eusébio e José Saramago.

Considerando apenas os géneros ancorados na opinião, mais de 15% dos artigos analisados estão enquadrados em artigos, editoriais ou crónicas. Sendo notório o peso da opinião é também de realçar a ideia de que os editoriais só aparecem no caso das personalidades com estatuto mais reconhecido, como Eusébio, Amália Rodrigues, José Saramago, António de Spínola, Joaquim Agostinho, Raul Solnado, Álvaro Cunhal e, nas condições específicas já aqui identificadas, com Salazar.

Partindo da ideia de que o jornalismo se faz com base no distanciamento e neutralidade, concluímos que no "jornalismo de luto" a morte de uma personalidade de relevância pública é um momento de exceção, um pouco no seguimento da ideia de suspensão crítica referida por Dayan e Katz e já aqui invocada. Uma das primeiras conclusões no campo das marcas de subjetividade foi a de que estas existem em maior número no período temporal que vai de 1970 a 1996, mas que continuam a existir, depois do ano 2000, no caso de mortes como a de Eusébio, não sendo este facto imune à subjetividade da linguagem do jornalismo desportivo. O discurso da emoção é claramente o discurso jornalístico em torno da morte, como se além de um mediador o jornalista fosse, simultaneamente, um dos que chora a lágrima coletiva por aquela figura pública.

Já aqui dissemos que o inesperado poderia reforçar o tratamento mediático da morte das personalidades públicas, como aconteceu, aliás, no caso de Francisco Sá Carneiro. Ainda assim, a inesperada morte do então primeiro-ministro num acidente de avião motivou menos páginas e menos artigos do que a esperada morte de Eusébio, com 71 anos e um

quadro clínico desfavorável. A morte esperada pode, por vezes, ser alvo de uma cobertura ainda mais extensa do que a morte inesperada e esta conclusão tem as suas raízes no facto de os jornais prepararem por antecipação cadernos e peças acerca da vida de determinada personalidade, à medida que a sua morte se torna cada vez mais plausível. Terá sido assim, mais recentemente, com Mário Soares e Manoel de Oliveira e foi certamente assim com José Saramago e Álvaro Cunhal.

Propusemo-nos ainda a avaliar a memória nos jornais, incluindo a análise das efemérides neste estudo. Verificámos como a efeméride pode servir para recordar a personalidade na data de aniversário da sua morte e aferimos ainda da presença do cabide noticioso. Assim, em alguns casos, o aniversário da morte da figura pública é o único cabide para a recordar e, noutros casos, existem acontecimentos ligados à personalidade que motivam a sua invocação. O exemplo de um acontecimento coincidente com o aniversário da morte que "ressuscita" a memória da personalidade foram os dez anos da morte de Sophia de Mello Breyner, quando a escritora foi transladada para o Panteão Nacional. Não podemos deixar de notar que, muitas vezes, o cabide, ou seja, o acontecimento que motiva a invocação da personalidade, significa que a própria sociedade pretende marcar o acontecimento. No caso da trasladação de Sophia, a escolha da data, coincidente com os dez anos passados sobre a sua morte, não foi aleatória. No entanto, o facto de o jornal enquadrar a invocação a partir do cabide noticioso não pode, por si, ser desvalorizado, uma vez que não significa que, na sua ausência, não tivesse recordado o acontecimento de outro modo.

Os cerimoniais mediáticos de coroação, tal como são entendidos por Dayan e Katz, são classificados como ritos de passagem. Concomitantemente, Arnold van Gennep distinguiu diversos ritos, nomeadamente no que toca aos funerais. "A vida de um indivíduo em qualquer sociedade é uma série de passagens de uma era para outra e de uma ocupação para outra" (Gennep *cit. in* Robben, 2004: p.10). O que acontece com as figuras públicas é que o público faz questão de participar nessas transições, sejam elas a entrega de um prémio, um casamento, um nascimento ou a própria morte. O papel dos meios de comunicação social é, por isso, o de um mediador e potenciador dos rituais de transição e de reintegração, eliminando barreiras físicas entre o público e a personalidade. No caso da sua morte, o meio de comunicação oferece um relato mais sintético ou mais amplo de quem foi a personalidade, faz uma cobertura que pode ser mais ou menos próxima das exéquias, assumindo-se, assim, como o veículo mais próximo que o leitor terá para

celebrar de forma pública a transição do luto. Já a reintegração assume uma expressão particular nos *media*, com o papel potenciador da opinião nos jornais, cuja presença é tanto maior quanto a relevância da figura pública. Esta reintegração, ou seja, o regresso dos indivíduos que se encontram de luto à vida normal, demora tanto mais tempo, quanto mais detalhes ou circunstâncias ficarem em aberto após a morte.

A partir desta ideia de luto ritual nos *media*, não podemos esquecer o que nos dizem autores como Walter (2008, p.324), para quem os *media* substituíram as formas religiosas na tentativa de conferir sentido à morte. A construção do luto público acontece a partir dos meios de comunicação social, o que entronca com a noção de comunicação como ritual defendida por James Carey (2009, p.7), para quem a comunicação, além de uma mera transmissora de informação, é também edificadora de um enquadramento que visa a manutenção da sociedade no tempo. Assim, percebendo os *media* como produtores de significado, compreendemos que o jornalista desempenha o seu papel de porta-voz da realidade e assume um lugar de destaque na construção da memória coletiva, ainda que a sua motivação não seja a construção histórica, mas sim a atualidade e o imediatismo. Apesar da vocação de atualidade patente na atividade jornalística, o relato dos acontecimentos é muitas vezes balizado pela ideia de passado, no sentido da contextualização, e de futuro, no sentido das possíveis consequências dos acontecimentos. No caso da cobertura das mortes das figuras públicas aqui analisada, o ritual de construção do luto público está claramente relacionado com a construção da memória coletiva e, em alguns casos em que se deteta a voz do jornalista, ele próprio se assume como parte integrante desse pesar.

Os rituais e cerimoniais de que nos fala Van Gennep descrevem o modo como lidamos com a morte de alguém que nos é próximo. Poder-se-ia argumentar que essa proximidade se aplica apenas do ponto de vista físico, mas a verdade é que as celebridades são muitas vezes encaradas pelos seus fãs e admiradores como alguém que conhecem bem e com quem sentem, até, uma certa familiaridade, fruto das relações parassociais que Rojek definiu e que depreendem a existência de uma relação mediada e não direta. Tal como diz Foltyn (2008), "conhecidas pela maioria dos indivíduos apenas através de revistas, televisão e cinema, as celebridades são choradas quando morrem pelas pessoas para quem elas se tornaram uma parte das suas vidas". Concomitantemente, os meios de comunicação social assumem um papel central na construção dessa familiaridade entre o público e a

celebridade. Fazem-no através da exploração de narrativas pessoais, quer ao longo da vida das pessoas públicas, quer após a sua morte. Identificámos esta presença da narrativa nas biografias enquanto resenhas de vida, mas também na vertente sensacionalista de exploração de detalhes privados da vida da personalidade falecida. No caso concreto das figuras célebres, a exploração que os *media* fazem das suas narrativas, acontece tanto em vida como após a sua morte. Se, como nos diz Hanusch, os famosos são descritos como "um de nós" depois de mortos, também é verdade que os choramos como alguém que conhecíamos, pois na verdade acompanhámos as suas vidas através dos *media*.

Antes de partirmos para a nossa análise elaborámos algumas hipóteses, de modo a clarificar a nossa percepção acerca do que iriamos encontrar e visando orientar o nosso estudo. Parte dessas hipóteses foram confirmadas e outras refutadas. Assim, confirmámos que há uma maior atenção sobre a morte nos últimos 15 anos estudados, mas a diferença não é tão significativa como pensávamos inicialmente, até porque no primeiro período temporal analisado estão as mortes de Oliveira Salazar e Sá Carneiro, duas das que apresentam maiores taxas de cobertura. O que nos parece ter sofrido alterações foi o próprio relato da morte, mais dramático e emotivo nos últimos 15 anos, com pormenores claramente veiculados à luz de um posicionamento sensacionalista.

Confirmámos, ainda, que os três dias após a morte são aqueles que reúnem o maior número de páginas e peças em torno da personalidade e que a extensão da cobertura para os dias a seguir só acontece quando há temas deixados em aberto com a morte. Foi o caso de Sá Carneiro, cujo inesperado falecimento levantou a questão da sucessão do primeiro-ministro. Quanto às efemérides, verificámos que elas podem ser evocadas, quer por um outro acontecimento, quer por referência própria. Confirmámos ainda que uma maior notoriedade é sinónimo de uma cobertura mais extensa da morte da personalidade. As figuras com um tratamento quantitativo mais amplo foram Eusébio, Sá Carneiro, Álvaro Cunhal, José Saramago, Amália Rodrigues e Salazar.

Outra das nossas hipóteses, que se colocava em termos de mimetismo editorial, não foi confirmada em todo o seu espectro, visto que a abordagem dos jornais é mais diferenciada do que similar. Quanto à hipótese relativa às marcas de subjetividade, confirmamos, de facto, que existe um tom de perda e um tom elogioso no discurso dos jornais, em particular no primeiro período temporal da nossa análise.

Em termos gerais, dir-se-ia que as mudanças na cobertura jornalística do falecimento morte de personalidades refletem as alterações do jornalismo nos últimos 46 anos. Estas mudanças na cobertura do falecimento de figuras públicas estão diretamente relacionadas com a espetacularização da informação, com o predomínio da chamada informação leve e com a utilização de estratégias de dramatização, que apelam à emotividade e relegam para segundo plano a informação mais distanciada. A pressão das audiências sentida atualmente não será indiferente a esta erosão da fronteira entre jornalismo e entretenimento, com identificação de estratégias do segundo no campo do primeiro. O que o nosso estudo demonstra é que nem sempre a exploração das narrativas se prende com a vertente informativa, tendo ficado aqui demonstrado, no estudo de caso de António Feio, Angélico Vieira e Eusébio que alguns factos paralelos e até de foro privado são alvo de exploração mediática. Aliás, uma das tendências que identificámos prende-se com a espetacularização da morte, um caminho que os jornais inauguraram nos últimos anos e que se traduz num tratamento sensacionalista, hiperbólico e dramático, não só da morte, mas também de alguns acontecimentos paralelos a ela associados. As estratégias de espetacularização, apelo à emoção e dramatização são uma tendência que se acentua e é historicamente concomitante com a crise dos *media* e, em particular, dos jornais.

Esta conclusão vai ao encontro da tipificação de Brin, Charron e Bonville (2004, pp. 3-4) que consideram jornalismo da comunicação como o paradigma vigente, defendendo que face à hiperconcorrência, jornais e jornalistas fazem uso de diferentes estratégias para se manter no mercado. Entre essas estratégias está a subjetividade jornalística, a proliferação dos géneros de crítica e opinião e a integração de comentários e juízos de valor na notícia. Neste jornalismo de comunicação, estamos perante uma mobilização de recursos, por parte dos *media*, visando criar uma ilusão de comunicação interpessoal com o público (Brin, Charron e Bonville, 2004: p. 9). Segundo Charron e Bonville (2004b: p. 154), o jornalismo de comunicação tem uma relação diferente com o real, que muitas vezes é relativizado pelos *media*. Tendo em conta que se trata de um contexto caraterizado pela interatividade da oferta e da procura, o autor considera que os jornalistas podem, por exemplo, escolher o ângulo a partir do qual abordam as ocorrências, colocando o enfoque em questões menos evidentes da realidade, tal como ela é vista pelas pessoas comuns.

Se, por um lado, assistimos a uma privatização da morte do comum dos cidadãos, cada vez mais remetida para o domínio da família e dos amigos, transferida do leito do domicílio

para o leito do hospital, por outro lado, os *media* aumentaram o grau de atenção dado à morte das figuras públicas. Isto vai ao encontro do suposto paradoxo entre a negação da morte e o fascínio que ela exerce no ser humano: podemos não querer pensar nem ouvir falar da nossa própria morte, mas isso não significa que não estejamos entre a audiência televisiva que assistiu em direto às exéquias de, por exemplo, Mário Soares.

Já no que diz respeito às mortes trágicas, quer anónimos, quer figuras públicas, são motivo de notícia nos meios de comunicação social. Walter (2015: p.225) constata, aliás, que a morte de anónimos em circunstâncias extraordinárias catapulta o homem comum das páginas do obituário para a capa do jornal. Com as figuras públicas, e perante circunstâncias esperadas ou inesperadas, a atenção é ainda maior e mais prolongada temporalmente, fruto dessa tal familiaridade que o público cria com a personalidade em vida, assente na mediação que vai sendo feita pelos órgãos de comunicação social.

Se a presença de elementos tanatológicos na cultura popular de que nos fala Keith Durkin contribui para neutralizar a morte, na medida em que a torna omnipresente e simultaneamente efémera, não é menos verdade que ela continua a ser um tabu, quer porque a tememos, quer porque ela nos atrai ao mesmo tempo. E essa atração é tanto maior, quanto maior for o grau de celebridade da personalidade que faleceu. Os jornais procuram responder a esse grau de atenção que as figuras públicas podem suscitar no leitor, o que nos leva a concluir que a tendência nos últimos anos evoluiu de uma morte mais gráfica, em que não há reservas em mostrar o cadáver, para uma morte mais espetacularizada, ainda que o grau de dramatismo e sensacionalismo possa não ser conferido à morte em si, mas sim à exploração mediática de factos secundários. Certo é que os jornais orientaram o seu caminho, nos últimos 40 anos, pela pressão das notícias leves e pela tabloidização e essa tendência também pode ser identificada quando falamos da morte das celebridades. A morte e a notoriedade continuam a ser dois valores-notícia que, em conjunto, conferem elevado grau de noticiabilidade ao acontecimento, sendo certo que o falecimento de uma figura pública pode ganhar tanto mais destaque quanto mais potencial dramático estiver contido na sua essência.

Tal como considera Madalena Oliveira (2005: p.1953), os *media* têm hoje a particularidade de nos fazer olhar a morte dos outros, tornando-nos parte da dor alheia e fazendo-nos mais conscientes da nossa própria morte. A narrativa mediática da morte das celebridades encerra em si mesma o próprio rito de passagem de que o homem comum necessita para se

consciencializar da morte do outro, num misto de voyeurismo e tabu, equação que conta com o fator do receio da sua própria finitude. Tal como defende esta autora, podemos falar de um "jornalismo de luto" sempre que os meios de comunicação social assumem o papel de construtores do luto e veiculadores de emoções que o público experiencia de forma ficcional. É o caso da cobertura da tragédia da Ponte de Entre-os-Rios, em que os jornalistas da estação televisiva SIC usaram roupas de cor preta, tal como já haviam feito no funeral na Princesa Diana (Santos, 2010: p.96). O mesmo aconteceu em janeiro de 2017 aquando da morte de Mário Soares: alguns jornalistas e comentadores da RTP, da SIC e da TVI envergaram roupa escura para dar a notícia da morte do ex-Presidente da República e para dissertar, em estúdio e em direto, sobre a sua vida e sobre a sua obra. Mas "jornalismo de luto" é também o caso da suspensão crítica em período de luto. As marcas de subjetividade que detetámos nos jornais, aquando da cobertura da morte das celebridades, e utilizadas sobretudo nas biografias e nas reportagens das exéquias, denotam esse tom de pesar, parte da construção do luto e integrante da veiculação de emoções mediadas. Tal como defende Madalena Oliveira (2005: p.1961), é o prolongamento do sofrimento através dos *media* de massa, numa acepção próxima à teorização da extensão dos sentidos de Marshall McLuhan.

Madalena Oliveira (2008: pp.215-216) fala em três níveis de emoção, o primeiro dos quais patente na exploração que os media fazem dos sentimentos dos intervenientes do acontecimento. Segue-se a emoção do próprio jornalista, sempre que abdica da sua objetividade para assumir uma atitude de comprometimento e, o terceiro nível, prende-se com a emoção do público, a partir do momento em que os *media* suscitam nele um "conjunto de sentimentos gerados pela realidade em si, mas igualmente pelo tipo de relato empreendido pelos jornalistas". Marc Lits (1993: p.22) diz mesmo que não existe resposta à questão sobre se o jornalista deve participar na emoção que sente, se a deve transmitir ou se se deve manter neutro. Para o autor, naquele momento, a emoção é a informação e ela faz parte do acontecimento a reportar, na medida em que emerge no espaço público, no âmbito de um acontecimento de grande amplitude, como são as exéquias dos chefes de estado. Para o autor o que pode gerar um debate de âmbito deontológico é o grau de participação e de proximidade com essa emoção, por parte do jornalista. De acordo com Madalena Oliveira (2008: p. 222), entre os principais problemas que decorrem do recurso à emoção por parte dos jornalistas está a questão da falta de distância, que aqui identificámos elencando exemplos de marcas de subjetividade, "a confusão entre o que é informação

essencial e o que é informação acessória", patente na exploração de factos paralelos também aqui apontados, e a "predisposição para espectacularizar", marca também realçada no tratamento que os jornais fizeram da morte de algumas das figuras públicas deste estudo.

Morte é disrupção e essa disrupção, como qualquer alteração no curso da vida, traz agregados sentimentos, predisposições e distintos discernimentos. Lidamos com cada mudança que atravessa o nosso caminho, ancorados em comportamentos e rituais. Os meios de comunicação social, enquanto parte integrante da sociedade, desempenham um papel de mediação entre cada um de nós e a realidade que nos circunda e assumem, eles próprios, um papel importante de chefe de orquestra no seio desses rituais. Nesse sentido, e encarando a nossa própria morte como um tabu, mas encarando a morte dos outros como um misto de negação e fascínio, podemos considerar que a mediatização do desaparecimento de uma personalidade detentora de relevo público contribui para acicatar a nossa curiosidade em torno deste fenómeno, simultaneamente tão distante e omnipresente. A cobertura que os meios de comunicação social fazem da morte das figuras públicas não deixa de ser uma forma ritual de lidar com o acontecimento. Desde logo porque os *media* aplicam os seus próprios ritos enquanto extensão das emoções do público, e a transição inerente à morte da personalidade é feita por via desses meios de comunicação social. A notícia da morte, a par com o relato biográfico dos feitos daquela personalidade, constitui o primeiro rito de transição, ao qual se segue a cobertura das exéquias, colocando o público no lugar de observador à distância e para quem são selecionados os elementos mais emotivos associados ao acontecimento. Quer as imagens do caixão aberto no primeiro período temporal aqui estudado, quer as estratégias de dramatização patentes no segundo período temporal são exemplos claros de estratégias de aproximação do leitor ao falecido, por via da emoção, tendo o meio de comunicação social como intermediário e observador privilegiado. A questão aqui prende-se com as escolhas editoriais, que podem ir no sentido de dramatizar mais ainda o acontecimento, ou podem ser mais fiéis ao distanciamento crítico que é exigível na cobertura jornalística. A postura de apelo às emoções é condizente com as conclusões retiradas, que apontam para a suspensão crítica e para uma postura subjetiva do jornalista perante a personalidade falecida, sobretudo durante o primeiro período temporal analisado, assumindo-se que a força do momento justifica a utilização da linguagem emotiva. O potencial de dramatização é consonante com a primazia de imagens de dor captadas durante as exéquias

e com o olhar intromissivo do jornal perante o caixão aberto. Já a questão da espetacularização é confirmada pela importância dada a questões paralelas à própria morte, como a cremação de um músico sem órgãos, mas com o seu chapéu, ou a quantificação do valor que um clube pagará à viúva de um ex-jogador falecido. Distanciamento, dramatização, emoção ou espetacularização são partes integrantes de um esforço de reconstituição das cerimónias fúnebres, que será tão mais detalhado, quanto maior for o grau de notoriedade da personalidade falecida. É por isso que a transição se fará de forma mais rápida ou mais demorada, com mais ou menos estratégias de captação de atenção do leitor, com ritos mais diferenciados como são também diferenciados os estatutos das personalidades, as suas narrativas de vida e os contextos da sua morte. Ultrapassados os ritos de transição, é tempo de regressar à normalidade, encerrar o período de luto e abrir o espaço de memória, que pode ser reiterado no imediato através da publicação de artigos de opinião recordando o falecido, ou pode surgir apenas aquando das efemérides, estratégia temporal para ancorar a memória da personalidade ou para inserir novos desenvolvimentos e/ou acontecimentos com ela relacionados.

A morte é disruptiva e os meios de comunicação social aproveitam esse momento de interregno para potenciar narrativas biográficas e de dramatização e para se colocarem no papel de mediadores de um certo luto coletivo que acomete ao público. A cobertura da morte das figuras públicas tem sofrido um acréscimo no volume de material informativo produzido, que é tanto maior quanto mais elevado é o grau de notoriedade da personalidade. É o jornalismo da era da hiperconcorrência, o paradigma do jornalismo da comunicação, que está em constante diálogo com o público, que não pode falhar o acontecimento e que se pode permitir certas subjetividades, ao mesmo tempo que se distancia do facto objetivo para se centrar em questões paralelas daquela realidade. Oliveira (2008: p. 220) diz mesmo que nos primeiros cinco anos do século XXI os jornalistas se especializaram em explorar momentos da vida privada, no âmbito da morte de figuras públicas, tornando as exéquias e os momentos de pesar, por natureza privados, em "acontecimentos mediáticos de interesse generalizado".

Concomitantemente com a conclusão que aponta no sentido da espetacularização da informação vem o neologismo da pós-verdade, eleita palavra do ano pelos dicionários britânicos Oxford. A ideia subjacente à pós-verdade assenta na primazia da emoção e das opiniões pessoais sobre os factos verificáveis, na formação da opinião pública. No

tratamento da morte de algumas figuras públicas, os jornais Correio da Manhã e Jornal de Notícias relegaram, por vezes, para segundo plano os factos em torno da morte das personalidades públicas, dando primazia à emoção e aos factos alternativos passíveis de suscitar polémica. Se a ideia de pós-verdade surgiu por referência aos acontecimentos da dimensão política, parece-nos que o conceito também se pode aplicar ao tratamento que resulta em espectacularização ou info-entretenimento, na medida em que, também nestes casos, a desfocalização do essencial dos acontecimentos a relatar não deixa de ser uma forma de desvalorização dos factos principais face à alternativa dos factos secundários.

7 Bibliografia

André, S. (2010) *Mitos urbanos e boatos*. Lisboa, Esfera dos Livros.

Angélico, F. (2012) *Nunca te esquecerei*. Alfragide, Livros D'Hoje.

Archer, J. (1999) *The nature of grief: the evolution and psychology of reactions to loss*. London, Routledge.

Ariès, P. (2010) *Sobre a história da morte no ocidente desde a Idade Média*. Lisboa, Editorial Teorema.

Ariès, P. (2004) "The hour of our death". In A. Robben (ed) *Death, mourning, and burial*. Oxford, Blackwell Publishing, pp. 40-49.

Austin, J. (1962) *How to do things with words*. Oxford, Clarendon Press.

Avillez, M. J. (1982) *Francisco Sá Carneiro: solidão e poder*. Lisboa, Cognitio.

Bardin, L. (1977) *Análise de conteúdo*. Lisboa, Edições 70.

Barthes, R. (2001) *Mitologias*. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.

Bastos, H. (2013) "A diluição do jornalismo no ciberjornalismo". Disponível em www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf [Página consultada a 4 de junho de 2016].

Becker, E. (2004) "The terror of death". In A. Robben (ed) *Death, mourning, and burial*. Oxford, Blackwell Publishing, pp. 23-31.

Bertrand, C. J. (2002) *A deontologia dos media*. Coimbra, Minerva.

Bettencourt Pires, M. L. (2008) "Reflexões sobre a dor". *Comunicação & cultura*, 5, pp. 123-138.

Boorstin, D. J. (2007) "From news-gathering to newsmaking: a flood of pseudo-events". *İletişim kuram ve araştırma dergisi*, 24, pp. 251-270.

Boorstin, D. J. (2006) "From hero to celebrity: the human pseudo event". In Marshal, P.D. (ed), *The celebrity culture reader*. New York and London, Routledge, pp. 72-90.

Bourdieu, P. (1997) *Sobre a televisao*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, Lda.

Brandão, N. G. (2002) *O espectáculo das notícias*. Lisboa, Editorial Notícias.

Brin, C., Charron, J. e Bonville, J. (2004) "Introduction". In Collete, B., Charron, J. e Bonville, J. (eds) *Nature et transformation du journalisme: théorie et researchs empiriques*. Laval, Les Presses Universitaires de Laval, pp. 1-33.

Campbell, J. (1994) *O herói de mil faces*. São Paulo, Cultrix/Pensamento.

Campbell, J. (1990) *O poder do mito*. São Paulo, Editora Palas Atena.

Camponez, C. e Peixinho, A. T. (2015) "Introdução". *Mediapolis*, 1, pp. 9-13.

Carey, J. (2009) "A cultural approach to communication". *Communication & media studies collection revised edition*, 2, pp. 11–28.

Carmelo, L. (2008) *Sebenta criativa para estudantes de jornalismo*. Mem Martins, Publicações Europa-América.

Cashmore, E. (2006) *Celebrity / culture*. Nova Iorque, Routledge.

Catroga, F. (2010) "O culto dos mortos como uma poética da ausência". *ArtCultura*, 20, pp. 163-182.

Catroga, F. (1999) *O céu da memória: cemitério romântico e o culto cívico dos mortos*. Coimbra, Minerva.

Charron, J. e Bonville, J. (2004a) "Le journalisme et le marché: de la concurrence à l'hiperconcurrance". In Collete, B., Charron, J. e Bonville, J. (eds) *Nature et transformation du journalisme: théorie et researchs empiriques*. Laval, Les Presses Universitaires de Laval, pp. 292-293.

Charron, J. e Bonville, J. (2004b) "Typologie historique des pratiques journalistiques". In Collete, B., Charron, J. e Bonville, J. (eds) *Nature et transformation du journalisme: théorie et researchs empiriques*. Laval, Les Presses Universitaires de Laval, pp. 141-217.

Cintra Torres, E. (2011) "Televisão: A celebridade em estado natural". In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp. 81-104.

Cintra Torres, E. (2002) *Reality shows – ritos de passagem da sociedade do espectáculo*. Coimbra, Minerva.

Coelho, E. (1864) "Ao público", *Diário de Notícias*, 29 de dezembro, p. 1.

Coelho, M. C. (2011) "O dilema do fã: a experiência emocional da idolatria". In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp. 198-216.

Collete, B., Charron, J. e Bonville, J. (2004) *Nature et transformation du journalisme: théorie et researchs empiriques*. Laval, Les Presses Universitaires de Laval.

Conboy, M. (2011) "Celebridade na cultura tablóide britânica". In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp. 123-148.

Cornu, D. (1994) *Jornalismo e verdade: para uma ética da informação*. Lisboa, Instituto Piaget.

Correia, J. C. (2003) "Os administradores de ilusões: espectáculo, subjectividade e ideologia na cultura mediática contemporânea". *Media & jornalismo*, 2, pp. 49-70.

Correia, F. (2006) *Jornalismo, grupos económicos e democracia*. Lisboa, Editorial Caminho.

Cunha, A. (1914) *O Diário de Notícias: a sua fundação e os seus fundadores. Alguns factos para a história do jornalismo português*. Lisboa, Tipografia Universal.

Davies, D. J. (2005) *História da morte*. Lisboa, Editorial Teorema.

Dayan, D. e Katz, E. (2005) "As construções do luto após a morte de Diana". *Caleidoscópio*, 5/6, pp. 65-68.

Dayan, D. e Katz, E. (1994) *A história em directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra, Minerva.

Dayan, D. e Katz, E. (1983) "Rituels publics à usage privé: metamorphose télévisée d'un mariage royale". *Annales*, 1/38, pp. 3-20.

Dakhlia, J. (2011) "A peopolização política ou a cultura da celebridade em versão francesa". In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp. 41-60.

"Datas importantes do Correio da Manhã" (2009) *Correio da Manhã*. Disponível em http://30anos.correiodamanha.xl.pt/historia_cm.php [Consultado em 21 de setembro de 2016].

Debord, G. (2002) *The society of the spectacle*. Canberra, Treason Press.

Debray, R. (1994) *Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en occidente*. Barcelona, Ediciones Paidos.

Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa – Núcleo de Toponímia (2013) "Augusto de Castro, duas vezes diretor do Diário de Notícias". Disponível em https://toponimialisboa.wordpress.com/2013/01/17/augusto-de-castro-duas-vezes-diretor-do-diario-de-noticias/ [Consultado em 23 de abril de 2016].

Diário de Notícias (2001) *Um jornal ao serviço do leitor*. Lisboa, Tipografia Peres.

Direito, V. (1982) "Três anos saudáveis e robustos", *Correio da Manhã*, 19 de março, p. 2.

Direito, V. (1981) "365 dias vezes 2", *Correio da Manhã*, 19 de março, p.2.

Direito, V. (1980) "Um ano de vida", *Correio da Manhã*, 19 de março, p.1.

Durkin, K. (2003) "Death, dying and the dead in popular culture". In Bryant, C. (ed) *Handbook of death and dying*. London, Sage Publications, pp. 43-49.

Elias, N. (1987) *La soledad de los moribundos*. Mexico, Fondo de Cultura Económica.

"Estatuto Editorial" (2009) *Correio da Manhã*, 2 de Janeiro, p. 27.

Feio, A. (2016) *Aproveitem a vida*. Lisboa, Oficina do Livro.

Ferin, I. (2012) *Análise dos media*. Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra.

Ferreira, C. T. (2012a) "Quanto vale e o que representa a marca Salazar", *Diário de Viseu*, 23 de março, pp. 2-3.

Ferreira, C. T. (2012b) "Marca memórias de Salazar já não vai identificar produtos de Santa Comba Dão", *Diário de Viseu*, 29 de novembro, p.3.

Foltyn, J. L. (2008) "Dead famous and dead sexy: popular culture, forensics, and the rise of the corpse". *Mortality*, 13 (2), pp. 153-173.

Forte, I. (2000) *A censura de Salazar no Jornal de Notícias*. Coimbra, MinervaCoimbra.

Francisco, L. (2010) "Conhecer o mundo com José Megre ao volante", *Público*, 13 de março. Disponível em www.publico.pt/viagens/jornal/conhecer-o-mundo-com-jose-megre—ao-volante-18959168 [Consultado em 23 de setembro de 2016].

Gabler, N. (2001) "Toward a new definition of celebrity". Disponível em www.learcenter.org/pdf/Gabler.pdf [Consultado em 26 de Agosto de 2016].

Galtung, J. e Ruge, M. H. (1965) "The structure of foreign news". *Journal of peace research*, 2 (1), pp. 64-91.

Gans, H. J. (1979) *Deciding what's news. A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*. New York, Vintage.

Gonçalves, F. M. (1998) *Ser e ler Miguel Torga*. Chaves, Tartaruga.

Gonçalves, S. (2011) "A morte de um ídolo. A construção do herói contemporâneo". *Caleidoscopio*, 11, pp. 107-123.

Gonzaga, M. (2006) *António Variações: entre Braga e Nova Iorque*. Lisboa, Âncora Editora.

Gorer, G. (1955) "The pornography of death". *Encounter*, 5, pp. 49-52.

Guerra, A. (1999) "Décadas de luzes e sombras", *Correio da Manhã*, 19 de março, p. II.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J. e Roberts, B. (1978) *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order*. Londres, The Macmillan Press.

Hanusch, F. (2010) *Representing death in the news: journalism, media and mortality*. Hampshire, Palgrave Macmillan.

Hanusch, F. (2008) “Graphic death in the news media: present or absent?”. *Mortality*, 13(4), pp. 301-317.

Hartley, J. (2004) *Comunicação, estudos culturais e media*. Lisboa, Quimera.

Hollander, P. (2011) “A cultura da celebridade americana, a modernidade e a decadência”. In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp. 61-80.

Johnson, R. (1999) “Exemplary differences: mourning (and not mourning) a princess”. In Kear, A. and Steinberg, D. L. (ed) *Mourning Diana: nation, culture and the performance of grief*. Londres, Routledge, pp. 15-39.

Júnior, G. (2004) *Joaquim Agostinho: foto-biografia*. Torres Vedras, Câmara Municipal de Torres Vedras.

Kear, A. e Steinberg, D. L. (1999) “Ghost writing”. In Kear, A. and Steinberg, D. L. (ed) *Mourning Diana: nation, culture and the performance of grief*. Londres, Routledge, pp. 1-14.

Kellehear, A. (2007) *A social history of dying*. Nova Iorque, Cambridge University Press.

King, B. (2013) “A strain of heroes”. *Pacific Journalism Review*, 19 (2), pp. 11-27.

Laungani, P. e Young, B. (2003) “Conclusões I: implicações práticas e políticas”. In Murray Parkes, C., Laungani, P. e Young, B. (orgs) *Morte e luto através das culturas*. Lisboa, Climepsi Editores, pp. 253-269.

Lits, M. (2009) “La construction du personnage dans la presse people”. *Communications*, 27 (1), pp. 124-138.

Lits, M. (2001) “Information, médias et récit médiatique”. *Belphégor, Littérature Populaire et Culture Médiatique*, 1.1, Disponível em https://dalspace.library.dal.ca/bitstream/handle/10222/47643/01_01_Lits_Info_cont.pdf?sequence=1&isAllowed=y [Consultado em 4 de junho de 2016].

Lits, M. (1993) “Édition spéciale: le roi est mort”. In Lits, M. (ed) *Le roi est mort… émotion et médias*. Bruxelas, Éditions Vie Ouvrière, pp. 13-24.

Lopes da Silva, M. (1979a) *História das civilizações: da pré-história à era espacial - volume I*. Lisboa, Editorial Presença.

Lopes da Silva, M. (1979b) *História das civilizações: da pré-história à era espacial - volume II*. Lisboa, Editorial Presença.

Lumby, C. (2006) "Vanishing point". In Marshal, P.D. (ed) *The celebrity culture reader*. New York and London, Routledge, pp. 530-546.

Lusa (2009) "Correio da Manhã cumpre 30 anos", *Público*, 18 de março. Disponível em www.publico.pt/media/noticia/correio-da-manha-cumpre-30-anos-1369744 [Consultado em 21 de setembro de 2016].

MacDonald, M. (2003) *Exploring media discourse*. Nova Iorque, Oxford University Press.

Machado Gomes, R. (2015) "Ascensão e queda das celebridades desportivas". *Mediapolis*, 1, pp. 55-63.

Maia, R. L. (2002) *Dicionário de sociologia*. Porto, Porto Editora.

Malheiro, J. (2012) *Eusébio: a biografia autorizada*. Vila do Conde, Quidnovi.

Malinowksi, B. (1948) *Magic, science and religion and other essays*. Boston, Massachusetts, Beacon Press.

Marques de Melo, J. e Assis, F. (2010) *Gêneros jornalísticos no Brasil*. São Bernardo do Campo, Universidade Metodista de São Paulo.

Marques, P. (2008) *António Variações: um homem além do tempo*. Lisboa, Tipografia Peres.

Marques, P. (2008) *Sophia de Mello Breyner Andresen: princesa da ética e da estética*. Lisboa, Tipografia Peres.

Marshall, P. D. (2006) "Intimately interwined in the most public way: celebrity and journalism". In Marshall, P. D. (ed), *The celebrity culture reader*. Nova Iorque e Londres, Routledge, pp. 315-323.

Martin-Lagardette, J. L. (1998) *Manual de escrita jornalística*. Lisboa, Pergaminho.

Martinez Albertos, J. L. (1974) *Redaccion periodistica: los estilos y los generos en la prensa escrita*. Barcelona, A.T.E.

Martins, M. L. (2011) *Crise no castelo da cultura: das estrelas para os ecrãs*. Coimbra, Grácio Editor.

Megre, J. (1999) *30 anos de aventura: do Paris Dakar à Antárctida*. Lisboa, Organizações Aventura, lda – J. Megre.

Meneses, F. R. (2010a) *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Meneses, F. R. (2010b) *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Meneses, F. R. (2010c) *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Meneses, F. R. (2010d) *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Meneses, F. R. (2010e) *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Meneses, F. R. (2010f) *Salazar. Uma biografia política*. Lisboa, Publicações Dom Quixote.

Mesquita, M. (2003) *O quarto equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra, Minerva.

Mesquita, M. (2002) "Informação e espectáculo na luta entre a água e o fogo". *Media & Jornalismo*, I(1), pp. 113-139.

Mesquita, M. (2001) "O tempo cerimonial na televisão ou a nostalgia programada". *Caleidoscópio*, 1, pp. 81-89.

Moisés, M. (2004) *Dicionário de termos literários.* São Paulo, Cultrix.

Moraes, F. e Rocha, M. E. (2011) "Tão perto, tão longe: o cotidiano encantado dos famosos na revista Caras brasileira". In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp. 105-121.

Moreiro, J. M. (2001) *Eu, Miguel Torga*. Algés, Difel Difusão Editorial.

Morin, E. (1970) *O homem e a morte*. Lisboa, Publicações Europa-América.

Morin, E. (1964) "Une télé- tragédie planétaire: l'assassinat du président Kennedy". *Communications*, 3, pp. 77-81.

Murray Parkes, C. (2003) "Conclusões II: ligações e perdas numa perspectiva intercultural". In Murray Parkes, C., Laungani, P. e Young, B. (orgs) *Morte e luto através das culturas*. Lisboa, Climepsi Editores, pp. 271-282.

Murray Parkes, C., Laungani, P. e Young, B. (2003) *Morte e luto através das culturas*. Lisboa, Climepsi Editores.

Murray Parkes, C. e Ter Blanche, H. (2003) "O cristianismo". In Murray Parkes, C., Laungani, P. e Young, B. (orgs) *Morte e luto através das culturas*. Lisboa, Climepsi Editores, pp. 155-171.

Nogueira, F. (1984) *Salazar – volume VI – o último combate (1964-1970)*. Porto, Livaria Civilização Editora.

Nogueira, F. (1985) *Salazar – volume IV – o ataque (1945-1958)*. Porto, Livaria Civilização Editora.

Nogueira, F. (1984) *Salazar – volume V – a resistência (1958-1964)*. Porto, Livaria Civilização Editora.

Nogueira, F. (1978) *Salazar – volume III – as grandes crises (1936-1945)*. Coimbra, Atlântida Editora.

Nogueira, F. (1977a) *Salazar – volume I - a mocidade e os princípios (1889-1928)*. Coimbra, Atlântida Editora.

Nogueira, F. (1977b) *Salazar – volume II - os tempos áureos (1928-1936)*. Coimbra, Atlântida Editora.

"O jornal de Vítor Direito" (2004) *Correio da Manhã*, 19 de março, pp. 5-7.

Oliveira, J. H. B. (1998) *Viver a morte – abordagem antropológica e psicológica*. Coimbra, Livraria Almedina.

Oliveira, J. H. B. (1999) "Filosofia da educação e pedagogia da morte". Disponível em http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/6233.pdf [Consultado em 25 de janeiro de 2014].

Oliveira, M. (2008) "Sensibilidade, mas com bom senso. Tratamento informativo da Dor". In Pinto, M. e Marinho, S. (org.) *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI*. Porto, Campo de Letras, pp. 213-225.

Oliveira, M. (2005) "Olhando a morte dos outros". Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/oliveira-madalena-olhando-morte-outros.pdf [Consultado em 27 de outubro de 2016].

Osswald, W. (2013) *Sobre a morte e o morrer*. Lisboa, Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Pantii, M. e Sumiala, J. (2009) "Till death do us join: media, mourning rituals and the sacred centre of the". *Media Culture Society*, 31, pp. 119-135.

Parafita, A. (2012) *Antropologia da comunicação – ritos, mitos e mitologias*. Lisboa, Âncora Editora.

Patterson, T. E. (2003) "Tendências do jornalismo contemporâneo: estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia?". *Media & Jornalismo*, 2, pp. 19-47.

Paula, N. G. (2011) *Intervalo: biografia de Carlos Paião*. Lisboa, âncora Editora.

"Pavão - 100 figuras do futebol português" (2007) *A Bola*, 13 de dezembro. Disponível em http://web.archive.org/web/20071213051143/http://www.abola.pt/publica/100f/index.asp?n=f79&k=&titulos=1 [Consultado em 19 de setembro de 2016].

Penedo, C. (2003) *O Crime nos media: o que nos dizem as notícias quando falam de crime*. Lisboa, Livros Horizonte.

Pereira, J. P. (2005) *Álvaro Cunhal, uma biografia política. O prisioneiro*. Lisboa, Temas e Debates.

Pereira, J. P. (2001) *Álvaro Cunhal, uma biografia política. «Duarte», o dirigente clandestino*. Lisboa, Temas e Debates.

Pereira, J. P. (1999) *Álvaro Cunhal, uma biografia política. «Daniel», o jovem revolucionário*. Lisboa, Temas e Debates.

"Primeira Década" (1989) *Correio da Manhã*, 19 de março, p.2.

QuidNovi (2009) *Duas faces: António de Spínola*. Matosinhos, Quidnovi

Quivy, R. e Campenhoudt, L. V. (1992) *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa, Gradiva.

Ramonet, I. (1999) *A tirania da comunicação*. Porto, Campo de Letras.

Raposo, L. (2014) "Como viveu Portugal a morte de Salazar", *Diário de Notícias*, 25 de agosto. Disponivel em http://150anos.dn.pt/2014/08/25/como-viveu-portugal-a-morte-de-salazar [Consultado em 20 de fevereiro de 2017].

Rebelo, J. (2009) *O discurso do jornal*. Lisboa, Editorial Notícias.

"Recordar Manuel Pacheco de Miranda" (2007) *Jornal de Notícias*, 28 de fevereiro, Disponível em http://www.jn.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=691809 [Consultado em 23 de abril de 2016].

Reis, C. (2015) "The special one. Fenomenologia do herói desportivo". *Mediapolis*, 1, pp. 31-53.

Reis, C. e Lopes, A. C. M. (1988) *Dicionário de teoria da narrativa*. São Paulo, Editora Ática.

Reis, L. (2008) *Beatriz Costa, fiel a si mesma*. Lisboa, SeteCaminhos.

Rivière, C. (2011) *Introdução à antropologia*. Lisboa, Edições 70.

Robben, A. C. G. M. (2004) "Death and anthropology: an introduction". In Robben, A. (ed) *Death, mourning, and burial*. Blackwell Publishing, pp. 1-16.

Rockwell, D. e Giles, D. (2009) "Being a celebrity: a phenomenology of fame". *Journal of Phenomenological Psychology*, 40, pp. 178–210.

Rojek, C. (2001) *Celebrity*. London, Reaktion Books lda.

Rosenblatt, P. (2003) "O luto em sociedades de pequena escala". In Murray Parkes, C., Laungani, P. e Young, B. (orgs) *Morte e luto através das culturas*. Lisboa, Climepsi Editores, pp. 41-68.

Rowe, D. (2010) "Tabloidization of news". In Allan. S. (ed) *The routledge companion to news and journalism*. Oxon, Routledge, pp. 350-361.

Rowe, D. (2000) "On going tabloid: a preliminary analysis". *Metro*, 121/122, pp. 78-85.

Salvador, J. A. (2000) *José Afonso. O rosto da utopia*. Porto, Edições Afrontamento.

Santos, R. (2011) "Fãs e celebridades". *Comunicação & cultura,* 12, pp. 11-20.

Santos, V. P. (2005) *Amália – uma biografia*. Lisboa, Editorial Presença.

Schlesinger, P. (1977) "Os jornalistas e a sua máquina do tempo". In Traquina, N. (org) *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa, Vega, pp. 177-190.

Soares, M. (2007) *Representações da morte: fotografia e memória*. Porto Alegre, Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Sousa, F. (1988) *Jornal de Notícias: a memória de um século (1888-1988)*. Porto, Litografia Nacional.

Sousa, J. P. (2009) "A discussão sobre a introdução do ensino superior do jornalismo em Portugal: das primeiras menções ao primeiro curso de graduação". Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-a-discussao-sobre-a-introducao-do-ensino-superior-do-jornalismo-em-portugal.pdf [Consultado em 10 de abril de 2015].

Sousa, J. P. (2008) "Uma história do jornalismo em Portugal até ao 25 de Abril de 1974". Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-do-jornalismo-1974.pdf [Consultado em 10 de abril de 2015].

Sousa, J. P. (2006) *Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media – 2.ª edição revista e ampliada*. Porto, Universidade Fernando Pessoa.

Sousa, J. P. (2001) *Elementos de jornalismo impresso*. Porto, Universidade Fernando Pessoa.

Sparks, C. (2000) "Introduction: the panic over tabloid news". In Sparks, C. e Tulloch, J. (eds) *Tabloid tales: global debates over media standards*. Oxford, Rowman & Littlefield Publishers, pp. 1-40.

Tavares, A. A. (1995) *Civilizações pré-clássicas*. Lisboa, Universidade Aberta.

Tavares, M. A. S. (2011) "Sophia de Mello Breyner Andresen no seu tempo: momentos e documentos". Disponível em http://purl.pt/19841/1/index.html [Consultado em 18 de setembro de 2016].

Tengarrinha, J. (1989) *História da imprensa periódica portuguesa (2.ª edição)*. Lisboa, Caminho.

Toríbio, J. M. C. (1937) *História universal: pré-história e primeiras culturas*. Barcelona, Océano-Instituto Gallach.

Traquina, N. (2002) *O que é jornalismo*. Lisboa, Quimera Editores.

Traquina, N. (1993) "As notícias". In Traquina, N. (org.) *Jornalismo: questões teorias e estórias*. Lisboa, Vega, pp. 74-90.

Traquina, N. (1997) *Big show media*. Lisboa, Editorial Notícias.

Tuchman, G. (1993) "A objectividade como ritual estratégico". In Traquina, N. (org.) *Jornalismo: questões teorias e estórias*. Lisboa, Vega, pp. 167-176.

Tuchman, G. (1973) "Making news by doing work: routinizing the unexpected". *American Journal of Sociology*, 79, 1, pp. 110-131.

Turner, G. (2006a) "Celebrity, the tabloid and the democratic public sphere". In Marshal, P.D. (ed) *The celebrity culture reader*. Nova Iorque e Londres, Routledge, pp. 487-500.

Turner, G. (2006b) "The mass production of celebrity: celetoids, reality tv and the demotic turn". *International Journal of Cultural Studies*, 9(2), pp. 153-165.

Turner, G. (2004) *Understanding celebrity*. London, Sage Publications.

Turner, V. (1974) *O processo ritual: estrutura e antiestrutura*. Petropolis, Editora Vozes.

Van Gennep, A. (1977) *Os ritos de passagem*. Petrópolis: Editora Vozes

Van Gennep, A. (1909) "The rites of passage". In Robben, A. (ed) *Death, mourning, and burial*. Blackwell Publishing, pp. 213-223.

Vargas Llosa, M. (2013) *A civilização do espetáculo*. Quetzal, Lisboa.

"Vítor Baptista - 100 figuras do futebol português" (2007) *A Bola*, 13 de dezembro. Disponível em http://web.archive.org/web/20071212083325/http://www.abola.pt/publica/100f/index.asp?n=f98 [Consultado em 19 de setembro de 2016].

Walter, T. (2015) "Communication media and the dead: from the stone age to Facebook". *Mortality: Promoting the interdisciplinary study of death and dying*, 20 (3), pp. 215-232.

Walter, T. (2008) "The sociology of death". *Sociology compass*, 2/1, pp- 317–336.

Walter, T., Littlewood, J. e Pickering, M. (1995) "Death in the news the public invigilation on private emotion". *Sociology*, 4(29), pp. 579-596.

Wimmer, R. e Dominick, J. (2001) *Mass media research: an introduction (9th edition)*. Boston, Wadsworth.

Wolf, M. (2009) *Teorias da comunicação*. Barcarena, Editorial Presença.

Wolton, D. (1999) *Pensar a comunicação*. Algés, Difel.

Xavier, L. (1992) *Raul Solnado: a vida não se perdeu*. Lisboa, Círculo de Leitores.

Young, B. e Papadatou, D. (2003) "Infância, morte e luto através das culturas". In Murray Parkes, C., Laungani, P. e Young, B. (orgs) *Morte e luto através das culturas*. Lisboa, Climepsi Editores, pp. 221-237.

Zelizer, B. (2010), *About to die – how news images move the public*. Nova Iorque: Oxford University Press.

Zúquete, J. P. (2011) "Em busca do carisma perdido". In Cintra Torres, E. e Zúquete, J. P. (orgs.) *A vida como um filme: fama e celebridade no século XXI*. Alfragide, Texto Editores, pp.13-39.

7.1 Corpus de análise

Correio da Manhã (2016), 13 de agosto.
Correio da Manhã (2016), 15 de abril.
Correio da Manhã (2015), 13 de junho.
Correio da Manhã (2015), 17 de janeiro.
Correio da Manhã (2015), 5 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 5 de julho.
Correio da Manhã (2014), 2 de julho.
Correio da Manhã (2014), 5 de fevereiro.
Correio da Manhã (2014), 17 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 16 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 15 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 14 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 13 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 12 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 11 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 10 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 9 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 8 de janeiro.
Correio da Manhã (2014), 7 de janeiro.
Correio da Manhã (2012), 28 de junho.
Correio da Manhã (2011), 28 de dezembro.
Correio da Manhã (2011), 29 de julho.
Correio da Manhã (2011), 28 de julho.
Correio da Manhã (2011), 9 de julho.
Correio da Manhã (2011), 8 de julho.
Correio da Manhã (2011), 7 de julho.
Correio da Manhã (2011), 6 de julho.
Correio da Manhã (2011), 5 de julho.
Correio da Manhã (2011), 4 de julho.
Correio da Manhã (2011), 3 de julho.
Correio da Manhã (2011), 2 de julho.
Correio da Manhã (2011), 1 de julho.
Correio da Manhã (2011), 30 de junho.
Correio da Manhã (2011), 29 de junho.
Correio da Manhã (2011), 29 de janeiro.
Correio da Manhã (2010), 29 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 9 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 8 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 7 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 6 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 5 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 4 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 3 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 2 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 1 de agosto.
Correio da Manhã (2010), 31 de julho.
Correio da Manhã (2010), 30 de julho.
Correio da Manhã (2010), 21 de fevereiro.
Correio da Manhã (2010), 8 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 6 de outubro.
Correio da Manhã (2009), 8 de setembro.
Correio da Manhã (2009), 21 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 19 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 18 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 17 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 16 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 15 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 14 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 13 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 12 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 11 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 10 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 9 de agosto.
Correio da Manhã (2009), 21 de março.
Correio da Manhã (2009), 4 de março.
Correio da Manhã (2009), 3 de março.
Correio da Manhã (2009), 2 de março.
Correio da Manhã (2009), 1 de março.

Correio da Manhã (2009), 28 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 27 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 26 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 25 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 24 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 23 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 22 de fevereiro.
Correio da Manhã (2009), 1 de janeiro.
Correio da Manhã (2008), 26 de agosto.
Correio da Manhã (2007), 23 de fevereiro.
Correio da Manhã (2006), 13 de agosto.
Correio da Manhã (2006), 13 de junho.
Correio da Manhã (2006), 15 de abril.
Correio da Manhã (2005), 13 de dezembro.
Correio da Manhã (2005), 13 de julho.
Correio da Manhã (2005), 2 de julho.
Correio da Manhã (2005), 24 de junho.
Correio da Manhã (2005), 23 de junho.
Correio da Manhã (2005), 22 de junho.
Correio da Manhã (2005), 21 de junho.
Correio da Manhã (2005), 20 de junho.
Correio da Manhã (2005), 19 de junho.
Correio da Manhã (2005), 18 de junho.
Correio da Manhã (2005), 17 de junho.
Correio da Manhã (2005), 16 de junho.
Correio da Manhã (2005), 15 de junho.
Correio da Manhã (2005), 14 de junho.
Correio da Manhã (2005), 17 de janeiro.
Correio da Manhã (2005), 2 de janeiro.
Correio da Manhã (2004), 2 de agosto.
Correio da Manhã (2004), 13 de julho.
Correio da Manhã (2004), 12 de julho.
Correio da Manhã (2004), 11 de julho.
Correio da Manhã (2004), 10 de julho.
Correio da Manhã (2004), 9 de julho.
Correio da Manhã (2004), 8 de julho.
Correio da Manhã (2004), 7 de julho.
Correio da Manhã (2004), 6 de julho.
Correio da Manhã (2004), 5 de julho.
Correio da Manhã (2004), 4 de julho.
Correio da Manhã (2004), 3 de julho.
Correio da Manhã (2004), 13 de junho.
Correio da Manhã (2004), 10 de maio.
Correio da Manhã (2000), 4 de dezembro.
Correio da Manhã (2000), 6 de outubro.
Correio da Manhã (2000), 6 de abril.
Correio da Manhã (2000), 1 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 6 de novembro.
Correio da Manhã (1999), 17 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 16 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 15 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 14 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 13 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 12 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 11 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 10 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 9 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 8 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 7 de outubro.
Correio da Manhã (1999), 1 de julho.
Correio da Manhã (1999), 1 de fevereiro.
Correio da Manhã (1999), 12 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 11 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 10 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 9 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 8 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 7 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 6 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 5 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 4 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 3 de janeiro.
Correio da Manhã (1999), 2 de janeiro.
Correio da Manhã (1998), 26 de agosto.
Correio da Manhã (1997), 13 de agosto.
Correio da Manhã (1997), 15 de abril.
Correio da Manhã (1997), 23 de fevereiro.
Correio da Manhã (1997), 13 de fevereiro.
Correio da Manhã (1996), 15 de outubro.
Correio da Manhã (1996), 13 de setembro.
Correio da Manhã (1996), 24 de agosto.

Correio da Manhã (1996), 23 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 22 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 21 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 20 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 19 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 18 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 17 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 16 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 15 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 14 de agosto.
Correio da Manhã (1996), 15 de maio.
Correio da Manhã (1996), 26 de abril.
Correio da Manhã (1996), 25 de abril.
Correio da Manhã (1996), 24 de abril.
Correio da Manhã (1996), 23 de abril.
Correio da Manhã (1996), 22 de abril.
Correio da Manhã (1996), 21 de abril.
Correio da Manhã (1996), 20 de abril.
Correio da Manhã (1996), 19 de abril.
Correio da Manhã (1996), 18 de abril.
Correio da Manhã (1996), 17 de abril.
Correio da Manhã (1996), 16 de abril.
Correio da Manhã (1996), 17 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 17 de julho.
Correio da Manhã (1995), 17 de fevereiro.
Correio da Manhã (1995), 28 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 27 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 26 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 25 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 24 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 23 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 22 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 21 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 20 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 19 de janeiro.
Correio da Manhã (1995), 18 de janeiro.
Correio da Manhã (1994), 13 de junho.
Correio da Manhã (1994), 10 de maio.
Correio da Manhã (1990), 4 de dezembro.
Correio da Manhã (1989), 26 de agosto.
Correio da Manhã (1989), 26 de fevereiro.
Correio da Manhã (1988), 26 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 6 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 5 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 4 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 3 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 2 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 1 de setembro.
Correio da Manhã (1988), 31 de agosto.
Correio da Manhã (1988), 30 de agosto.
Correio da Manhã (1988), 29 de agosto.
Correio da Manhã (1988), 28 de agosto.
Correio da Manhã (1988), 27 de agosto.
Correio da Manhã (1988), 23 de fevereiro.
Correio da Manhã (1987), 23 de agosto.
Correio da Manhã (1987), 23 de março.
Correio da Manhã (1987), 6 de março.
Correio da Manhã (1987), 5 de março.
Correio da Manhã (1987), 4 de março.
Correio da Manhã (1987), 3 de março.
Correio da Manhã (1987), 2 de março.
Correio da Manhã (1987), 1 de março.
Correio da Manhã (1987), 28 de fevereiro.
Correio da Manhã (1987), 27 de fevereiro.
Correio da Manhã (1987), 26 de fevereiro.
Correio da Manhã (1987), 25 de fevereiro.
Correio da Manhã (1987), 24 de fevereiro.
Correio da Manhã (1985), 13 de junho.
Correio da Manhã (1985), 10 de maio.
Correio da Manhã (1984), 13 de dezembro.
Correio da Manhã (1984), 10 de novembro.
Correio da Manhã (1984), 13 de julho.
Correio da Manhã (1984), 24 de junho.
Correio da Manhã (1984), 23 de junho.
Correio da Manhã (1984), 22 de junho.
Correio da Manhã (1984), 21 de junho.
Correio da Manhã (1984), 20 de junho.
Correio da Manhã (1984), 19 de junho.
Correio da Manhã (1984), 18 de junho.
Correio da Manhã (1984), 17 de junho.

Correio da Manhã (1984), 16 de junho.
Correio da Manhã (1984), 15 de junho.
Correio da Manhã (1984), 14 de junho.
Correio da Manhã (1984), 10 de junho.
Correio da Manhã (1984), 21 de maio.
Correio da Manhã (1984), 20 de maio.
Correio da Manhã (1984), 19 de maio.
Correio da Manhã (1984), 18 de maio.
Correio da Manhã (1984), 17 de maio.
Correio da Manhã (1984), 16 de maio.
Correio da Manhã (1984), 15 de maio.
Correio da Manhã (1984), 14 de maio.
Correio da Manhã (1984), 13 de maio.
Correio da Manhã (1984), 12 de maio.
Correio da Manhã (1984), 11 de maio.
Correio da Manhã (1981), 4 de dezembro.
Correio da Manhã (1981), 4 de junho.
Correio da Manhã (1981), 4 de janeiro.
Correio da Manhã (1980), 16 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 15 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 14 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 13 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 12 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 11 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 10 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 9 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 8 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 6 de dezembro.
Correio da Manhã (1980), 5 de dezembro.
Diário de Notícias (2016), 13 de agosto.
Diário de Notícias (2016), 15 de abril.
Diário de Notícias (2015), 13 de junho.
Diário de Notícias (2015), 17 de janeiro.
Diário de Notícias (2015), 5 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 5 de julho.
Diário de Notícias (2014), 2 de julho.
Diário de Notícias (2014), 5 de fevereiro.
Diário de Notícias (2014), 17 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 16 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 15 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 14 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 13 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 12 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 11 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 10 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 9 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 8 de janeiro.
Diário de Notícias (2014), 7 de janeiro.
Diário de Notícias (2012), 28 de junho.
Diário de Notícias (2011), 28 de dezembro.
Diário de Notícias (2011), 29 de julho.
Diário de Notícias (2011), 28 de julho.
Diário de Notícias (2011), 9 de julho.
Diário de Notícias (2011), 8 de julho.
Diário de Notícias (2011), 7 de julho.
Diário de Notícias (2011), 6 de julho.
Diário de Notícias (2011), 5 de julho.
Diário de Notícias (2011), 4 de julho.
Diário de Notícias (2011), 3 de julho.
Diário de Notícias (2011), 2 de julho.
Diário de Notícias (2011), 1 de julho.
Diário de Notícias (2011), 30 de junho.
Diário de Notícias (2011), 29 de junho.
Diário de Notícias (2011), 29 de janeiro.
Diário de Notícias (2010), 29 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 9 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 8 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 7 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 6 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 5 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 4 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 3 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 2 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 1 de agosto.
Diário de Notícias (2010), 31 de julho.
Diário de Notícias (2010), 30 de julho.
Diário de Notícias (2010), 21 de fevereiro.
Diário de Notícias (2010), 8 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 6 de outubro.
Diário de Notícias (2009), 8 de setembro.

Diário de Notícias (2009), 21 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 19 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 18 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 17 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 16 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 15 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 14 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 13 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 12 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 11 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 10 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 9 de agosto.
Diário de Notícias (2009), 21 de março.
Diário de Notícias (2009), 4 de março.
Diário de Notícias (2009), 3 de março.
Diário de Notícias (2009), 2 de março.
Diário de Notícias (2009), 1 de março.
Diário de Notícias (2009), 28 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 27 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 26 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 25 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 24 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 23 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 22 de fevereiro.
Diário de Notícias (2009), 1 de janeiro.
Diário de Notícias (2008), 26 de agosto.
Diário de Notícias (2007), 23 de fevereiro.
Diário de Notícias (2006), 13 de agosto.
Diário de Notícias (2006), 13 de junho.
Diário de Notícias (2006), 15 de abril.
Diário de Notícias (2005), 13 de dezembro.
Diário de Notícias (2005), 13 de julho.
Diário de Notícias (2005), 2 de julho.
Diário de Notícias (2005), 24 de junho.
Diário de Notícias (2005), 23 de junho.
Diário de Notícias (2005), 22 de junho.
Diário de Notícias (2005), 21 de junho.
Diário de Notícias (2005), 20 de junho.
Diário de Notícias (2005), 19 de junho.
Diário de Notícias (2005), 18 de junho.
Diário de Notícias (2005), 17 de junho.
Diário de Notícias (2005), 16 de junho.
Diário de Notícias (2005), 15 de junho.
Diário de Notícias (2005), 14 de junho.
Diário de Notícias (2005), 17 de janeiro.
Diário de Notícias (2005), 2 de janeiro.
Diário de Notícias (2004), 2 de agosto.
Diário de Notícias (2004), 13 de julho.
Diário de Notícias (2004), 12 de julho.
Diário de Notícias (2004), 11 de julho.
Diário de Notícias (2004), 10 de julho.
Diário de Notícias (2004), 9 de julho.
Diário de Notícias (2004), 8 de julho.
Diário de Notícias (2004), 7 de julho.
Diário de Notícias (2004), 6 de julho.
Diário de Notícias (2004), 5 de julho.
Diário de Notícias (2004), 4 de julho.
Diário de Notícias (2004), 3 de julho.
Diário de Notícias (2004), 13 de junho.
Diário de Notícias (2004), 10 de maio.
Diário de Notícias (2000), 4 de dezembro.
Diário de Notícias (2000), 6 de outubro.
Diário de Notícias (2009), 6 de abril.
Diário de Notícias (2000), 1 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 6 de novembro.
Diário de Notícias (1999), 17 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 16 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 15 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 14 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 13 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 12 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 11 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 10 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 9 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 8 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 7 de outubro.
Diário de Notícias (1999), 1 de julho.
Diário de Notícias (1999), 1 de fevereiro.
Diário de Notícias (1999), 12 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 11 de janeiro.

Diário de Notícias (1999), 10 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 9 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 8 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 7 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 6 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 5 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 4 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 3 de janeiro.
Diário de Notícias (1999), 2 de janeiro.
Diário de Notícias (1998), 26 de agosto.
Diário de Notícias (1997), 13 de agosto.
Diário de Notícias (1997), 15 de abril.
Diário de Notícias (1997), 23 de fevereiro.
Diário de Notícias (1997), 13 de fevereiro.
Diário de Notícias (1996), 15 de outubro.
Diário de Notícias (1996), 13 de setembro.
Diário de Notícias (1996), 24 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 23 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 22 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 21 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 20 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 19 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 18 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 17 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 16 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 15 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 14 de agosto.
Diário de Notícias (1996), 15 de maio.
Diário de Notícias (1996), 26 de abril.
Diário de Notícias (1996), 25 de abril.
Diário de Notícias (1996), 24 de abril.
Diário de Notícias (1996), 23 de abril.
Diário de Notícias (1996), 22 de abril.
Diário de Notícias (1996), 21 de abril.
Diário de Notícias (1996), 20 de abril.
Diário de Notícias (1996), 19 de abril.
Diário de Notícias (1996), 18 de abril.
Diário de Notícias (1996), 17 de abril.
Diário de Notícias (1996), 16 de abril.
Diário de Notícias (1996), 17 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 17 de julho.
Diário de Notícias (1995), 17 de fevereiro.
Diário de Notícias (1995), 28 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 27 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 26 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 25 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 24 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 23 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 22 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 21 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 20 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 19 de janeiro.
Diário de Notícias (1995), 18 de janeiro.
Diário de Notícias (1994), 13 de junho.
Diário de Notícias (1994), 10 de maio.
Diário de Notícias (1993), 16 de dezembro.
Diário de Notícias (1990), 4 de dezembro.
Diário de Notícias (1990), 27 de julho.
Diário de Notícias (1989), 26 de agosto.
Diário de Notícias (1989), 26 de fevereiro.
Diário de Notícias (1988), 26 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 6 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 5 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 4 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 3 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 2 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 1 de setembro.
Diário de Notícias (1988), 31 de agosto.
Diário de Notícias (1988), 30 de agosto.
Diário de Notícias (1988), 29 de agosto.
Diário de Notícias (1988), 28 de agosto.
Diário de Notícias (1988), 27 de agosto.
Diário de Notícias (1988), 23 de fevereiro.
Diário de Notícias (1987), 23 de agosto.
Diário de Notícias (1987), 23 de março.
Diário de Notícias (1987), 6 de março.
Diário de Notícias (1987), 5 de março.
Diário de Notícias (1987), 4 de março.
Diário de Notícias (1987), 3 de março.
Diário de Notícias (1987), 2 de março.

Diário de Notícias (1987), 1 de março.
Diário de Notícias (1987), 28 de fevereiro.
Diário de Notícias (1987), 27 de fevereiro.
Diário de Notícias (1987), 26 de fevereiro.
Diário de Notícias (1987), 25 de fevereiro.
Diário de Notícias (1987), 24 de fevereiro.
Diário de Notícias (1985), 13 de junho.
Diário de Notícias (1985), 10 de maio.
Diário de Notícias (1984), 13 de dezembro.
Diário de Notícias (1984), 10 de novembro.
Diário de Notícias (1984), 13 de junho.
Diário de Notícias (1984), 24 de junho.
Diário de Notícias (1984), 23 de junho.
Diário de Notícias (1984), 22 de junho.
Diário de Notícias (1984), 21 de junho.
Diário de Notícias (1984), 20 de junho.
Diário de Notícias (1984), 19 de junho.
Diário de Notícias (1984), 18 de junho.
Diário de Notícias (1984), 17 de junho.
Diário de Notícias (1984), 16 de junho.
Diário de Notícias (1984), 15 de junho.
Diário de Notícias (1984), 14 de junho.
Diário de Notícias (1984), 10 de junho.
Diário de Notícias (1984), 21 de maio.
Diário de Notícias (1984), 20 de maio.
Diário de Notícias (1984), 19 de maio.
Diário de Notícias (1984), 18 de maio.
Diário de Notícias (1984), 17 de maio.
Diário de Notícias (1984), 16 de maio.
Diário de Notícias (1984), 15 de maio.
Diário de Notícias (1984), 14 de maio.
Diário de Notícias (1984), 13 de maio.
Diário de Notícias (1984), 12 de maio.
Diário de Notícias (1984), 11 de maio.
Diário de Notícias (1983), 16 de dezembro.
Diário de Notícias (1981), 4 de dezembro.
Diário de Notícias (1981), 4 de junho.
Diário de Notícias (1981), 4 de janeiro.
Diário de Notícias (1980), 16 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 15 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 14 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 13 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 12 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 11 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 10 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 8 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 7 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 6 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 5 de dezembro.
Diário de Notícias (1980), 27 de julho.
Diário de Notícias (1974), 16 de dezembro
Diário de Notícias (1974), 17 de junho
Diário de Notícias (1974), 16 de janeiro.
Diário de Notícias (1973), 27 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 25 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 24 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 23 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 22 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 21 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 20 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 19 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 18 de dezembro
Diário de Notícias (1973), 17 de dezembro
Diário de Notícias (1971), 27 de julho.
Diário de Notícias (1971), 27 de janeiro.
Diário de Notícias (1970), 27 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 7 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 6 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 5 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 4 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 3 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 2 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 1 de agosto.
Diário de Notícias (1970), 31 de julho.
Diário de Notícias (1970), 30 de julho.
Diário de Notícias (1970), 29 de julho.
Diário de Notícias (1970), 28 de julho.
Jornal de Notícias (2016), 13 de agosto.
Jornal de Notícias (2016), 15 de abril.
Jornal de Notícias (2015), 13 de junho.

Jornal de Notícias (2015), 17 de janeiro.
Jornal de Notícias (2015), 5 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 5 de julho.
Jornal de Notícias (2014), 2 de julho.
Jornal de Notícias (2014), 5 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2014), 17 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 16 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 15 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 14 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 13 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 12 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 11 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 10 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 9 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 8 de janeiro.
Jornal de Notícias (2014), 7 de janeiro.
Jornal de Notícias (2012), 28 de junho.
Jornal de Notícias (2011), 28 de dezembro.
Jornal de Notícias (2011), 29 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 28 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 9 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 8 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 7 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 6 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 5 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 4 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 3 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 2 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 1 de julho.
Jornal de Notícias (2011), 30 de junho.
Jornal de Notícias (2011), 29 de junho.
Jornal de Notícias (2011), 29 de janeiro.
Jornal de Notícias (2010), 29 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 9 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 8 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 8 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 7 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 6 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 5 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 4 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 3 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 2 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 1 de agosto.
Jornal de Notícias (2010), 31 de julho.
Jornal de Notícias (2010), 30 de julho.
Jornal de Notícias (2010), 21 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2010), 8 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 6 de outubro.
Jornal de Notícias (2009), 8 de setembro.
Jornal de Notícias (2009), 21 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 19 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 18 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 17 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 16 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 15 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 14 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 13 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 12 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 11 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 10 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 9 de agosto.
Jornal de Notícias (2009), 21 de março.
Jornal de Notícias (2009), 4 de março.
Jornal de Notícias (2009), 3 de março.
Jornal de Notícias (2009), 2 de março.
Jornal de Notícias (2009), 1 de março.
Jornal de Notícias (2009), 28 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 27 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 26 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 25 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 24 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 23 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 22 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2009), 1 de janeiro.
Jornal de Notícias (2008), 26 de agosto.
Jornal de Notícias (2007), 23 de fevereiro.
Jornal de Notícias (2006), 13 de agosto.
Jornal de Notícias (2006), 13 de junho.
Jornal de Notícias (2006), 15 de abril.
Jornal de Notícias (2005), 13 de dezembro.

Jornal de Notícias (2015), 13 de julho.
Jornal de Notícias (2005), 2 de julho.
Jornal de Notícias (2005), 24 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 23 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 22 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 21 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 20 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 19 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 18 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 17 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 16 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 15 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 14 de junho.
Jornal de Notícias (2005), 17 de janeiro.
Jornal de Notícias (2005), 2 de janeiro.
Jornal de Notícias (2004), 2 de agosto.
Jornal de Notícias (2004), 14 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 13 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 12 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 11 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 9 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 8 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 7 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 6 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 5 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 4 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 3 de julho.
Jornal de Notícias (2004), 13 de junho.
Jornal de Notícias (2004), 10 de maio.
Jornal de Notícias (2000), 4 de dezembro.
Jornal de Notícias (2000), 6 de outubro.
Jornal de Notícias (2000), 6 de abril.
Jornal de Notícias (2000), 1 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 6 de novembro.
Jornal de Notícias (1999), 17 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 16 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 15 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 14 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 13 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 12 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 11 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 10 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 9 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 8 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 7 de outubro.
Jornal de Notícias (1999), 1 de julho.
Jornal de Notícias (1999), 1 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1999), 12 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 11 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 10 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 9 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 8 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 7 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 6 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 5 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 4 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 3 de janeiro.
Jornal de Notícias (1999), 2 de janeiro.
Jornal de Notícias (1998), 26 de agosto.
Jornal de Notícias (1997), 13 de agosto.
Jornal de Notícias (1997), 15 de abril
Jornal de Notícias (1997), 23 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1996), 15 de outubro.
Jornal de Notícias (1996), 13 de setembro.
Jornal de Notícias (1996), 24 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 23 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 22 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 21 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 20 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 19 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 18 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 17 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 16 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 15 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 14 de agosto.
Jornal de Notícias (1996), 15 de maio.
Jornal de Notícias (1996), 26 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 25 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 24 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 23 de abril.

Jornal de Notícias (1996), 22 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 21 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 20 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 19 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 18 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 17 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 16 de abril.
Jornal de Notícias (1996), 17 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 17 de julho.
Jornal de Notícias (1995), 17 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1995), 28 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 27 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 26 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 25 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 24 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 23 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 22 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 21 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 20 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 19 de janeiro.
Jornal de Notícias (1995), 18 de janeiro.
Jornal de Notícias (1994), 13 de junho.
Jornal de Notícias (1994), 10 de maio.
Jornal de Notícias (1993), 16 de dezembro.
Jornal de Notícias (1990), 4 de dezembro.
Jornal de Notícias (1990), 27 de julho.
Jornal de Notícias (1989), 26 de agosto.
Jornal de Notícias (1989), 26 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1988), 26 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 6 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 5 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 4 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 3 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 2 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 1 de setembro.
Jornal de Notícias (1988), 31 de agosto.
Jornal de Notícias (1988), 30 de agosto.
Jornal de Notícias (1988), 29 de agosto.
Jornal de Notícias (1988), 28 de agosto.
Jornal de Notícias (1988), 27 de agosto.
Jornal de Notícias (1988), 23 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1987), 23 de agosto.
Jornal de Notícias (1987), 23 de março.
Jornal de Notícias (1987), 6 de março.
Jornal de Notícias (1987), 5 de março.
Jornal de Notícias (1987), 4 de março.
Jornal de Notícias (1987), 3 de março.
Jornal de Notícias (1987), 2 de março.
Jornal de Notícias (1987), 1 de março.
Jornal de Notícias (1987), 28 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1987), 27 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1987), 26 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1987), 25 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1987), 24 de fevereiro.
Jornal de Notícias (1985), 13 de junho.
Jornal de Notícias (1985), 10 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 13 de dezembro.
Jornal de Notícias (1984), 10 de novembro.
Jornal de Notícias (1984), 13 de julho.
Jornal de Notícias (1984), 10 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 24 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 23 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 22 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 21 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 20 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 19 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 18 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 17 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 16 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 15 de junho.
Jornal de Notícias (1984), 14 de junho
Jornal de Notícias (1984), 21 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 20 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 19 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 18 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 17 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 16 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 15 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 14 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 13 de maio.

Jornal de Notícias (1984), 12 de maio.
Jornal de Notícias (1984), 11 de maio.
Jornal de Notícias (1983), 16 de dezembro.
Jornal de Notícias (1981), 4 de dezembro.
Jornal de Notícias (1981), 4 de junho.
Jornal de Notícias (1981), 4 de janeiro.
Jornal de Notícias (1980), 15 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 14 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 13 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 12 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 11 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 10 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 9 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 8 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 7 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 6 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 5 de dezembro.
Jornal de Notícias (1980), 27 de julho.
Jornal de Notícias (1974), 16 de dezembro.
Jornal de Notícias (1974), 17 de junho.
Jornal de Notícias (1974), 16 de janeiro.
Jornal de Notícias (1973), 27 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 25 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 24 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 23 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 22 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 21 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 20 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 19 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 18 de dezembro.
Jornal de Notícias (1973), 17 de dezembro.
Jornal de Notícias (1971), 27 de julho.
Jornal de Notícias (1971), 27 de janeiro.
Jornal de Notícias (1970), 27 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 7 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 6 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 5 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 4 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 3 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 2 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 1 de agosto.
Jornal de Notícias (1970), 31 de julho.
Jornal de Notícias (1970), 30 de julho.
Jornal de Notícias (1970), 29 de julho.
Jornal de Notícias (1970), 28 de julho.