



Departamento de Sociologia

Quando a Pauta é Religião: a cobertura jornalística da visita do Papa
Francisco ao Brasil pelos portais G1 e R7

José Reginaldo Aguiar

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Culturas e Tecnologias da Informação

Orientadora:
Dra. Susana Alexandra Lopes da Costa Santos, Profa. Auxiliar Convidada
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2015



Departamento de Sociologia

Quando a Pauta é Religião: a cobertura jornalística da visita do Papa Francisco ao Brasil pelos portais G1 e R7

José Reginaldo Aguiar

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Comunicação, Culturas e Tecnologias da Informação

Orientadora:
Dra. Susana Alexandra Lopes da Costa Santos, Profa. Auxiliar Convidada
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2015

AGRADECIMENTOS

A conclusão do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação no ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa foi resultado de uma conquista dupla. Avançar uma etapa na minha formação acadêmica e ter a experiência de viver por dois anos num outro país, longe de casa. Essa trajetória só foi possível graças ao carinho e a força de pessoas que já faziam parte da minha vida e também de novos companheiros e companheiras que se juntaram à caminhada.

Em primeiro lugar, agradeço minha mãe, dona Raimunda Pachêco Aguiar. Mesmo sofrendo a dor da saudade, ela foi sábia e forte ao me dar o suporte e o incentivo necessários. Aos meus irmãos e irmãs, cunhados e cunhadas, sobrinhos e sobrinhas, tios e tias, primos e primas, que também estiveram sempre na torcida.

Aos meus pais de coração em Portugal, Antônio Sameiro e Aurineide Sousa. Amigos queridos que foram essenciais na minha acolhida e adaptação em terras lusas.

Às minhas companheiras de apartamento, Ariane Parente e Lana Nascimento. A parceria no ambiente doméstico e também fora dele, as partilhas ao redor da mesa, o cuidado e o zelo mútuos, ajudaram-me sobremaneira a vencer este desafio.

Aos meus amigos e amigas do Ceará, Marlene Pereira, Rose Lima, Fábio Mareano, Robson de Jesus, Wiarlen Ribeiro, Valdélío Muniz, Gilda Barroso, Nonato Lima, Marcelo Lima, Wanderson César, Moema Soares, Elton Viana, agradeço o carinho e a amizade. A vibração de vocês foi indispensável para seguir firme neste propósito.

Ao querido Rogério Maia, que sempre me incentivou a seguir em frente, com leveza e perseverança. Agradeço seu carinho e dedicação, mesmo a distância.

Aos amigos de jornada em Portugal e Espanha, Luciana Nepomuceno, Karen Costa, Vitor Mathias, Brito Júnior, João Midraxé, Adriana Pimentel, Aju Santos, Glauber Moreira, Eduardo de Oliveira, pela alegria do acolhimento em momentos tão especiais.

À minha orientadora, Professora Doutora Susana Santos, pela disponibilidade e atenção.

RESUMO: A apropriação dos assuntos religiosos pelos media e a incorporação da linguagem e das técnicas de comunicação pelas igrejas transformaram a relação entre esses dois importantes campos sociais na contemporaneidade. Essa interdependência pode ser comprovada na cobertura jornalística de grandes eventos religiosos, como a Jornada Mundial da Juventude, caracterizados pela participação de grandes públicos e forte repercussão nos meios de comunicação social. É neste contexto que o presente trabalho avança na análise da cobertura da JMJ do Brasil, realizada em 2013, pela ótica dos portais de notícias das Organizações Globo, G1, e da Central Record de Comunicação, R7. As duas empresas concorrem no plano da audiência e também divergem no espectro religioso, por terem relações institucionais com credos religiosos diferentes, Igreja Católica e Igreja Universal do Reino de Deus, respectivamente. Este cenário de antagonismos e forte disputa é campo fértil para a análise das diferenças e dos pontos de convergência do discurso jornalístico produzido pelos dois grupos durante a visita do papa Francisco ao Brasil. Com o uso do método qualitativo, e da técnica de análise de conteúdo, a investigação se debruçou sobre textos, fotografias e outros elementos característicos da produção jornalística na internet, como vídeos, áudios e infográficos. É possível verificar através dessa análise comparativa o forte empenho do portal da Globo em promover o evento católico como se porta-voz da instituição fosse. Já o portal da Record assume o contra discurso e aposta numa linha declaradamente mais crítica e, por vezes, neutra, na cobertura do fato.

Palavras-chave: Religião, Media, Jornada Mundial da Juventude, Webjornalismo, eventos mediáticos.

ABSTRACT: The appropriation of religious issues by the media and the incorporation of language and communication skills by churches transformed the relationship between these two important social fields in these nowadays world. This interdependence can be seen in media coverage of major religious events such as the World Youth Day marked by the participation of large public and strong repercussion in the media. It is in this context that the present work aims to analyse the WYD coverage in Brazil, in 2013, from the perspective of the news portals of Globo Organizations, G1, and the Central Record of Communication, R7. The two companies compete in the audience level and also differ in the religious spectrum, given the institutional relations with different religious beliefs, the Catholic Church and Universal Church of the Kingdom of God, respectively. This antagonism and the strong competition are fertile ground for the analysis of the differences and points of convergence of journalistic discourse produced by the two groups during the visit of Pope Francisco to Brazil. Using the qualitative method, and the content analysis technique, research has focused on text, photographs and other elements of journalistic production on internet such as video, audio and infographics. By comparative analysis we can see the strong commitment of the globe portal to promote Catholic event as the institution's spokesman. By other side the portal of Record takes against speech and bet on a more critical line and sometimes neutral, in the fact coverage.

Key words: Religion , Media , World Youth Day , Web journalism , media events.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	01
CAPÍTULO I – O DISCURSO JORNALÍSTICO	03
1.1. O Acontecimento e a Notícia.....	03
CAPÍTULO II – MEDIA E RELIGIÃO	08
2.1. Religião, Modernidade e Pós-modernidade.....	08
2.2. Mediatização da Religião.....	10
2.3. Religião Católica, as Telecerimônias e a JMJ.....	14
2.4. A Religião nos Media Brasileiros.....	16
2.5. A Programação Religiosa na TV Globo e na TV Record.....	19
CAPÍTULO III - TRABALHO EMPÍRICO	25
3.1. Metodologia.....	25
3.2. Análise dos Dados.....	28
3.2.1. Uma prévia da cobertura.....	28
3.2.2. A chegada do Papa.....	34
3.2.3. É hora de visitar o Santuário de Aparecida.....	45
3.2.4. O Papa na favela.....	56
3.2.5. O Papa e a cidade.....	62
3.2.6. Entres protestos e críticas.....	67
3.2.7. Adeus à JMJ.....	75
CONCLUSÃO	79
BIBLIOGRAFIA	81
C.V.	viii

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 3.1. Relação dos eventos e assuntos analisados durante os dias de agenda do papa Francisco.....	26
Quadro 3.2. Análise comparativa de conteúdo e termos usados sobre tema da segurança na visita do Papa à Aparecida (24/07/13) entre portais G1 e R7.....	47
Quadro 3.3. Análise comparativa de fotografias da visita do papa ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7.....	50
Quadro 3.4. Análise comparativa de imagens imagem com a presença do papa nas fotografias da visita do pontífice ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7.....	50
Quadro 3.5. Análise comparativa de imagens sem a presença do papa nas fotografias da visita do pontífice ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7.....	55
Quadro 3.6. Análise comparativa de imagens por autoria da visita do papa ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7.....	56

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1. Evolução do número de reportagens publicadas pelos portais G1 e R7 ao longo da semana que o Papa Francisco esteve no Brasil.....	31
Figura 3.2. Carro do papa no Rio de Janeiro (R7 – Foto: Reprodução Rede Record).....	36
Figura 3.3 – Carro no papa nas ruas do Rio de Janeiro (G1 - Foto: Reprodução GloboNews).....	38
Figura 3.4. Papa desfila no papamóvel (G1 – Foto: Gabriel Bouys/AFP).....	38
Figura 3.5. Protesto no Rio (G1 - Foto: Gabriel Barreira/G1).....	42
Figura 3.6. Protesto no Rio (G1 – Foto: Gabriel Barreira/G1).....	42
Figura 3.7. Protesto no Rio (R7 – Foto: Reprodução Rede Record).....	43
Figura 3.8. Infográfico comparativo da JMJ na Espanha e no Brasil/Portal R7.....	44
Figura 3.9. Papa beija criança em Aparecia. (G1 - Foto: Stefano Rellandini/Reuters).....	51
Figura 3.10. Papa beija criança em Aparecida (Foto: R7 - Miguel Schincariol/Estadão Conteúdo).....	51
Figura 3.11. Cadeiras para fiéis que vão acompanhar missa do papa fora do Santuário de Aparecida (R7 - Foto: Epitácio Pessoa/ Estadão Conteúdo).....	51

Figura 3.12. Fiéis acompanham aparição do papa no lado externo do Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Enric Marti/AP).....	51
Figura 3.13. Fiéis passam por detector de metais na entrada do Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Marcio Fernandes/Estadão Conteúdo).....	53
Figura 3.14. Militar do Exército no Santuário de Aparecida (R7 - Foto: Rodrigo Dionísio / Frame / Estadão Conteúdo).....	53
Figura 3.15. Fiéis no lado externo do Santuário de Aparecida (R7 - Foto: Marcio Fernandes/Estadão Conteúdo).....	53
Figura 3.16. Fiéis passam a madrugada na rua à espera do papa em Aparecida (R7 - Foto: Lucas Lacaz Ruiz/Estadão Conteúdo).....	53
Figura 3.17. Mulher durante a missa do papa em Aparecida (G1 - Foto: André Penner/AP).....	54
Figura 3.18. Grupo de colombianos no Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Thaís Cavalcanti/G1).....	54
Figura 3.19. Mulher é socorrida depois de passar mal no Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Enric Marti/AP).....	55
Figura 3.20. Mulher é socorrida depois de passar mal no Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Nacho Doce/Reuters).....	55
Figura 3.21 – Papa na favela (G1 – Foto: Reprodução Globo News).....	57
Figura 3.22 – Papa na favela (G1 – Foto: Reprodução Globo News).....	57
Figura 3.23 – Mulher segura terço (G1 - Foto: Tahiane Stochero/G1).....	58
Figura 3.24 – Mulher segura terço (G1 - Foto: Perla Rodrigues/G1).....	58
Figura 3.25 – Papa na favela (R7 – Foto: Carlos Moraes/Ag. O Dia).....	59
Figura 3.26 – Terço ofertado pelo papa (G1 – Foto: Perla Rodrigues/G1).....	62
Figura 3.27. Marcha das Vadias protesta em Copacabana (R7 - Foto: Reprodução Facebook / Mídia Ninja).....	71
Figura 3.28. Força Nacional de Segurança faz isolamento e impede avanço de manifestantes (R7 - Foto: Reprodução Facebook / Mídia Ninja).....	71
Figura 3.29. Mulher participa da Marcha das Vadias (R7 – Foto: Reprodução Facebook / Mídia Ninja).....	71
Figura 3.30. Mulher participa da Marcha das Vadias (R7 – Foto: AFP).....	71

GLOSSÁRIO DE SIGLAS

AFP - *Agence France-Presse*

AP – *Associated Press*

CELAM – Conselho Episcopal Latino-Americano

CNT – Central Nacional de Televisão

CREA-RJ – Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia do Rio de Janeiro

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Inea – Instituto Estadual do Ambiente

IURD – Igreja Universal do Reino de Deus

JMJ – Jornada Mundial da Juventude

LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros

MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

NRM – *News Religious Moviments*

PF – Polícia Federal

PM – Polícia Militar

PMDB – Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PRB – Partido Republicano Brasileiro

RJ – Rio de Janeiro

RJTV – Rio de Janeiro Televisão (nome do telejornal)

SBT – Sistema Brasileiro de Televisão

SP – São Paulo

TV – Televisão

UPP – Unidade de Polícia Pacificadora

URL - *Uniform Resource Locator*

INTRODUÇÃO

Pensar na relação entre os media e religião no contexto histórico atual é uma necessidade premente para tentar compreender fenômenos sociais da pós-modernidade. No caso do Brasil, um Estado oficialmente laico, o cenário religioso se expande em várias direções, ocupando espaços na política e também nos meios de comunicação social.

Mesmo igrejas mais conservadoras, como a Católica, tentam romper o estigma de instituição caduca e pouco interativa ao incorporar não só a técnica, mas também a linguagem dos media, numa clara intenção de manter sua hegemonia e de comunicar melhor. Exemplo disso são os grandes eventos mediáticos globais, como a Jornada Mundial da Juventude.

Entender a aproximação desse campo social fincado historicamente no passado, como é o caso da religião, com o universo contemporâneo e tecnológico dos media, tem sido um desafio constante para quem investiga na área da Sociologia da Comunicação. Por outro lado, é urgente compreender também como os próprios media instrumentalizam a religião com interesses que perpassam, por exemplo, a disputa por audiência.

Motivados por este panorama complexo, propomos uma análise da cobertura jornalística da Jornada Mundial da Juventude de 2013, realizada no Brasil, pelos portais de notícias G1, das Organizações Globo, e R7, da Central Record de Comunicação. Foi o primeiro evento internacional do qual o papa Francisco participou. A JMJ foi criada pelo papa João Paulo II em 1985 com o objetivo de aproximar a Igreja Católica dos fiéis, principalmente os mais jovens. O evento é composto por várias cerimônias religiosas de grandes proporções e se caracteriza pelo forte apelo popular e mediático.

A escolha dos dois portais de notícias citados para a análise da cobertura se deu pela nítida polarização entre as duas empresas de comunicação no campo religioso. Enquanto as Organizações Globo, apesar de se autodeclarar laica, tem fortes laços com a Igreja Católica e assumiu o papel de porta-voz do Vaticano durante a JMJ; a Central Record é oficialmente ligada à Igreja Universal do Reino de Deus, pela força de seu presidente que também é o líder fundador da IURD, e tomou uma postura mais crítica e, por vezes, neutra em relação ao evento católico. Além disso, as duas empresas vivem atualmente uma das mais acirradas disputas por audiência da televisão aberta no Brasil.

É neste cenário de concorrência nos campos empresarial e religioso que centralizamos o ponto fulcral da análise. O objetivo é compreender como meios de comunicação social se apropriam do tema religião, num contexto tão antagônico, e definem o discurso jornalístico diante dessa relação visceral entre as próprias empresas citadas e as instituições religiosas. À luz da teoria dos *media events*, também tentaremos analisar o esforço operacional das empresas para realizar a cobertura da JMJ e como o discurso jornalístico sobre as cerimônias religiosas foi construído, tendo como referência os critérios de noticiabilidade e o valor-notícia. Além disso, a investigação também busca entender a lógica da própria Igreja Católica na cooptação de operadores mediáticos para a promoção de eventos religiosos globais, como a Jornada Mundial da Juventude.

O presente trabalho inicia com uma revisão bibliográfica sobre o discurso dos media, os critérios da produção da notícia e os novos parâmetros do jornalismo na internet. Na segunda etapa, a discussão é centralizada na complexa relação entre os media e a religião e em como esses dois campos se retroalimentam na busca pela hegemonia do discurso das próprias instituições religiosas. O terceiro capítulo é destinado ao trabalho empírico, com a análise da cobertura jornalística da visita do papa Francisco ao Brasil nos dois portais de notícias já mencionados. A proposta é elencar as diferenças e os pontos de convergência nos discursos construídos pelas duas empresas através das reportagens publicadas nos seis dias de agenda pública do papa Francisco nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo.

CAPÍTULO I – O DISCURSO JORNALÍSTICO

1.1. O Acontecimento e a Notícia

A essência do jornalismo se dá no processo da transformação dos fatos da realidade em notícia. Não fatos aleatórios, mas acontecimentos que, por sua natureza simbólica especial, merecem ser registrados pelo discurso jornalístico. Rodrigues define acontecimento como “tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma diversidade aleatória de factos virtuais.” (Rodrigues, 1997: 98).

A seleção e interpretação dos fatos, como processo de produção da notícia pelos jornalistas, devem ser um trabalho prioritariamente distantiado de subjetividades e outras influências pessoais. Como afirma Sousa, “há mecanismos que se sobrepõem à subjectividade jornalística. Entre eles estão os critérios de noticiabilidade (ou de valor-notícia), que são aplicados pelo jornalista, conscientemente ou não, no momento de avaliar os assuntos que têm valor como notícia.” (Sousa, 2005:30).

Segundo o autor, os critérios de noticiabilidade

“não são rígidos nem universais. Por outro lado, são, frequentemente, de natureza esquiva, opaca e, por vezes, contraditória. Eles funcionam conjuntamente em todo o processo de fabrico e difusão das notícias e dependem da forma de operar da organização noticiosa, da sua hierarquia interna e da maneira como ela confere ordem ao aparente caos da realidade. Além disso, os critérios de valor-notícia mudam ao longo do tempo (assuntos que há algum tempo não seriam notícia são-no hoje).” (Sousa, 2005: 31).

Os primeiros autores a classificarem e definirem os critérios de noticiabilidade foram Galtung e Ruge em 1965. De acordo com Sousa, os precursores apontaram uma série de parâmetros a serem utilizados na seleção e produção de notícia, como proximidade, “quanto mais próximo ocorrer um acontecimento, mais probabilidade tem de se tornar notícia”; momento do acontecimento, “quanto mais recente for um acontecimento, mais probabilidade tem de ser tornar notícia”; significância, “quanto mais intenso ou relevante for um acontecimento, quanto mais pessoas estiverem envolvidas ou sofrerem consequências, quanto maior for sua dimensão, mais probabilidades tem de se tornar notícia”; proeminência social dos sujeitos envolvidos, “quanto mais proeminentes forem as pessoas envolvidas num acontecimento, mais hipóteses ele tem de se tornar notícia”; proeminência das nações envolvidas nas notícias, “quanto mais proeminentes forem as nações envolvidas num acontecimento internacional, mais probabilidades ele tem de se tornar notícia”; consonância,

“quando mais agendável for um acontecimento, quanto mais corresponder às expectativas e quanto mais o seu relato se adaptar ao *médium*, mais probabilidades tem de se tornar notícia”; imprevisibilidade, “quando mais surpreendente for um acontecimento, mais hipóteses terá de se tornar notícia”; continuidade, “os desenvolvimentos do acontecimento já noticiados têm grandes probabilidades de se tornar notícia”; composição, “quanto mais um acontecimento se enquadrar num noticiário tematicamente equilibrado, ou seja, num noticiário com espaço para diversos temas, mais probabilidades tem de se tornar notícia”; e negatividade, “quanto mais um acontecimento se desvia para a negatividade, mais probabilidades tem de se tornar notícia”. (Sousa, 2005: 31).

A teoria de Galtung e Ruge foi, ao longo dos anos, sendo revista e complementada por diversos outros autores. Wolf, por exemplo, propõe uma classificação nova dos valores-notícia, que podem ser arrançados por critérios relativos ao conteúdo; critérios relativos ao produto; ao *médium*, ao público e critérios relativos à concorrência. (Wolf, 1987, *apud* Sousa, 2005: 32). Segundo Traquina, os critérios de notifiabilidade são um “conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável” (Traquina, 2005: 63). O autor ressalta a importância da atualidade como fator de notifiabilidade. “O tempo pode ser usado como “cabide” para outras notícias.” (Traquina, 1988, *apud* Sousa, 2005: 34). Já Van Dijk afirmou que as imagens do mundo e demais limitações cognitivas definiriam os critérios de valor-notícia dos jornalistas, como novidade; atualidade; pressuposição; consonância com normas, valores e atitudes compartilhadas; relevância; proximidade; e desvio e negatividade. (Van Dijk, 1990, *apud* Sousa, 2005: 33).

Rodrigues dá outra denominação aos critérios de notifiabilidade, chamando-os de “registro da notabilidade dos factos”. (Rodrigues, 1997: 99). O autor divide esses parâmetros em excesso (1), tratando-se da “irrupção por excelência do funcionamento anormal da normal, emergência escandalosa de marcas excessivas do funcionamento normal dos corpos, tanto dos corpos individuais como dos corpos coletivos e institucionais.” (Rodrigues, 1997: 99); falha (2), “procede por defeito, por insuficiência do funcionamento normal e regular dos corpos.” (Rodrigues, 1997: 99).; e inversão (2), “é o acontecimento-*boomerang*, o ‘voltar-se o feitiço contra o feiticeiro’, o ‘ir por lá e ficar tosquiado’. Todas as figuras de paródia que o destino, o *herimarmene* grego, nos reserva estão comprometidas neste registro.” (Rodrigues, 1997: 99).

A maioria dos critérios está relacionada à natureza do próprio acontecimento e os mecanismos de produção da notícia. Mas é relevante acentuar que esse processo de seleção dos fatos, que ocorre tanto no primeiro contato com o acontecimento como também nas

etapas seguintes de configuração do discurso noticioso, não é neutro e está sujeito a influências ideológicas.

“Ao contrário da idéia de que as notícias se pautam, sobretudo, pelo inesperado (um homem que morde o cão...) ou pela negatividade (*bad news, good news*) e ainda reconhecendo a força cultural destas imagens, tenta-se nesta revisão acentuar outras dimensões de valores-notícia, uma das estruturas mais opacas de significado, nas palavras de Stuart Hall. Para este investigador britânico, os valores-notícia são mais do que uma listagem de atributos das notícias, combinados ou combináveis. Operam como estrutura de retaguarda social, profunda e escondida, e requerem um conhecimento consensual sobre o mundo.” (Ponte, 2004, *apud* Silva, 2005: 100).

Para os teóricos dos Estudos Culturais, ao exemplo de Hall, é pelo texto que os diversos discursos circulam e ganham sentido através das trocas sociais que conseguem estabelecer. Como diz Marino,

“é possível afirmar que o texto, como lugar de passagem dos discursos e dos conflitos entre as condições de produção e de recepção, é a primeira instância na análise dos fenômenos midiáticos. Através dos textos, os discursos midiáticos se tornam visíveis como mediação entre as audiências e as práticas sociais.” (Marino, 2001: 29).

Para Fiske, o texto é “o lugar de conflito entre suas forças de produção e os modos de recepção (...) mostra como a ideologia dominante é estruturada nos textos populares pelo discurso e convenções que nutrem as práticas de produção e que são uma parte da sua recepção” (Fiske, 1987, *apud* Marino, 2001: 22).

Marino complementa que a significação dos textos não depende apenas da sua estrutura formal, mas também dos discursos que forem ativados através do mesmo.

“Morley e Hall consideram, fundamentalmente, que essas audiências ascendem ao texto a partir de suas competências. Elas vincularão esse texto com um repertório particular de discursos e práticas, segundo classe social, vida cotidiana, gênero, religião, nacionalidade, preconceitos, competência televisiva e contexto histórico, econômico e social em que acontece a leitura.” (Marino, 2001: 24).

A ideia de que as audiências é que darão sentido e significado aos discursos a partir da cultura social em que estão submetidas é reforçada por Hall.

“Uma vez produzido e interpretado, o discurso deve ser traduzido - transformado, novamente - em práticas sociais; neste caso, o circuito vai ser tão completo como efetivo. Se nenhum significado é tomado, não pode haver ‘consumo’. Se o significado não é articulado na prática, não tem efeito” (Hall, 1992, *apud* Marino, 2001: 23).

Para outros autores, a produção de significado do discurso, do qual Hall se refere, só será efetivada em função de outros fatores. Bourdieu, por exemplo, diz que para o discurso ganhar sentido vai depender do lugar de importância que ele é proferido. “Entre as estratégias de manipulação de um grupo, há a manipulação das estruturas do espaço e dos signos institucionais de importância.” (Bourdieu, 2003: 110).

Os media se tornaram um palco preferencial do discurso político, econômico, religioso e cultural da sociedade contemporânea e ganhou esse status de lugar de importância, cabendo aqui incluí-la nesse hall que Bourdieu faz referência. Os media se especializaram na produção do discurso com base num arcabouço técnico e metodológico socialmente atraente do ponto de vista das grandes massas. Investiu em tecnologia e se apoiou nos conceitos de convergência para distribuir os textos de maneira que se tornassem os mais legítimos possíveis de verdade. Sobre isso, Bourdieu conclui.

“Uma linguagem legítima é uma linguagem com formas fonológicas e sintáticas legítimas, isto é, uma linguagem que responde aos critérios habituais de gramaticalidade, e uma linguagem que além daquilo que diz, diz constantemente que o diz bem. E através disso, deixa crer que aquilo que diz é verdadeiro; o que é uma das maneiras fundamentais de fazer o falso passar pelo verdadeiro. Entre os efeitos políticos da linguagem dominante existe esse: ‘Ele o diz bem e, portanto, é possível que seja verdade’.” (Bourdieu, 2003: 110).

Essa busca pela expressão da verdade também é citada por Foucault, quando fala sobre os modos de legitimação do lugar do sujeito falante, que dependem das condições sociais em que se operam e proferem os discursos. (Resende, 2007). Baseado nessa reflexão de Foucault, Resende acredita que os meios de comunicação social de massa, com todo amparo institucional que dispõem e por meio dos seus objetos que produzem falas, tornaram-se uma instância importante e conseguiram ocupar esse lugar de importância, tornando o discurso dos media legítimo.

“A partir desses lugares, pelo desejo e pelo poder, revestidos da vontade de verdade, os discursos jornalísticos tornam-se expressões máximas do que é verdadeiro; e é com eles, vale dizer, que construímos os nossos modos de compreender e ver o mundo, visões que tecem nossa percepção do outro e nossa maneira de lidar com o diferente ou o semelhante.” (Resende, 2007: 83).

Outro fator que colabora para essa característica do discurso jornalístico é o uso do que Rodrigues chama de meta-acontecimentos. Para o autor, são “uma segunda categoria

de acontecimentos”, “provocados pela própria existência do discurso jornalístico”. (Rodrigues, 1997: 101).

“Os registos do meta-acontecimento só aparentemente coincidem com os registos dos acontecimentos referenciais. O excesso, a falha, a inversão são apenas registos-pretexto em relação ao meta-acontecimento; são formas referenciais simuladoras das figuras discursivas que define os meta-acontecimentos. Estes continuam, é claro, a dar-se como factos, mas a sua emergência é toda ela inscrita na ordem do discurso, na ordem da visibilidade simbólica da representação cénica.” (Rodrigues, 1997, p. 102).

Segundo o autor, “ao relatar um acontecimento, os *media*, para além do acontecimento relatado, produzem ao mesmo tempo o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo.” (Rodrigues, 1997, p. 103-104). É nessa perspectiva que se inserem a cobertura dos grandes eventos mediáticos. Milimetricamente planejados, são noticiados dentro da lógica das instituições que os promovem, normalmente vinculadas a espaços de poder na sociedade. Os meios de comunicação, enquanto operadores desse discurso programático, geralmente atuam para legitimar o discurso das instituições à medida que recriam o acontecimento a partir de suas visões, negando muitas vezes os próprios critérios de noticiabilidade.

CAPÍTULO II - MEDIA E RELIGIÃO

2.1. Religião, Modernidade e Pós-modernidade

Um dos fenômenos intrínsecos à modernidade é o afastamento da religião do centro das relações sociais. O que acabou sendo chamado de secularização é um movimento de caráter histórico e cultural, consolidado após a Revolução Francesa. Max Weber é um dos clássicos da chamada Teoria da Secularização, quando alcunha esse novo comportamento social de “desencantamento” do mundo. A ideia do autor é demonstrar que a autonomia do Estado em relação à religião, a centralidade das Ciências e o processo de individualização tornariam o mundo menos encantado do efeito misticador provocado pela religião.

Para Peter Berger, a secularização é um processo “pelo qual setores da sociedade e da cultura são subtraídos à dominação das instituições e símbolos religiosos.” (Berger, 2003: 119). Segundo o autor, a secularização se manifesta historicamente com a retirada das igrejas cristãs, no mundo ocidental “de áreas que antes estavam sob seu controle ou influência: separação da Igreja e do Estado, expropriação das terras da Igreja, ou emancipação da educação do poder eclesiástico, por exemplo.” (Berger, 2003: 119).

A efetivação política da sociedade secular foi dada a partir do processo de laicização dos estados, que assumiram o compromisso de separar formalmente suas atividades dos preceitos e instrumentos religiosos. A esse processo, Ranquetat explica que

“a laicidade é uma noção que possui caráter negativo, restritivo. Sucintamente pode ser compreendida como a exclusão ou ausência da religião da esfera pública. A laicidade implica a neutralidade do Estado em matéria religiosa. Esta neutralidade apresenta dois sentidos diferentes, o primeiro já destacado acima: exclusão da religião do Estado e da esfera pública. Pode-se falar, então, de neutralidade-exclusão. O segundo sentido refere-se à imparcialidade do Estado. com respeito às religiões, o que resulta na necessidade do Estado em tratar com igualdade as religiões.” (Ranquetat, 2008: 63-64).

Barbier (2005) comenta sobre a diferença entre secularização e laicidade ao afirmar que o processo de secularização relaciona-se com o enfraquecimento dos comportamentos e práticas religiosas. A laicidade é, sobretudo, um fenômeno político, vinculando-se com a separação entre o poder político e o poder religioso. Expressa a laicidade, a afirmação da neutralidade do Estado frente aos grupos religiosos e a exclusão da religião da esfera pública.

Segundo Catroga,

“nos países católicos do Sul da Europa, termos como sociedade laica, Estado laico, ensino laico, laicidade, laicismo, laicizar, laicização impuseram-se como vocábulos que também constituíam instrumentos de luta contra a influência do clero e da Igreja Católica e, nas suas versões mais radicais (agnósticas e ateias), contra a própria religião.” (Catroga, 2006: 297).

Para Luckmann (1989), mesmo secularizada a sociedade moderna continuou convivendo com expressões religiosas, contrariando o fim da religião pregado pelos autores clássicos da modernidade, como Marx. Segundo ele, a religião individual ou invisível – como ele preferia chamar – foi a mais adequada à sociedade secular.

Essa constatação é pano de fundo para o entendimento de muitos autores pós-modernos que definem a existência de um processo de dessecularização, caracterizado pela volta da religião não ao centro da relação e legitimação sociais, mas como um poderoso elemento de controle. Pierucci (1998) esclarece que

“entre esses ‘claros fenômenos de dessecularização’, o exemplo conspícuo normalmente citado é essa proliferação de formas de vida religiosa que a literatura sociológica tem agrupado sob o nome de *New Religious Movements* (NRMs), essa multiplicidade crescente de manifestações e formações religiosas extra-eclesiais, paraeclesiais e não-eclesiais que as sociedades mais modernas do Ocidente têm visto surgir e proliferar a partir dos anos 70.” (Pierucci, 1998: 46)

Filippo Barbano, no prefácio que escreveu ao livro de Luigi Berzano, “*Differenziazione e religione negli anni 80*” (Barbano, 1990), identifica na pós-modernidade, entendida como crise globalizada da modernidade, o momento ideal para a reformulação das teorias sociológicas da religião, uma vez que elas seriam majoritariamente tributárias do doutrinário da teoria weberiana da secularização. O propósito é passar a fazer uma sociologia que reconheça a capacidade demonstrada pela religião de resistir ao ataque serrado da modernidade. Apesar das correntes que enaltecem o enfraquecimento da secularização, alguns autores reforçam que esse movimento continua, como é o caso de Ernes Gellner. Para o autor,

“... em termos gerais, a tese da secularização mantém-se, de fato, firme. Alguns regimes políticos estão abertamente associados a ideologias secularistas e anti-religiosas, enquanto outros estão oficialmente desvinculados da religião, praticando o secularismo mais por defeito do que por afirmação ativa. No entanto, poucos são os Estados formalmente ligados à religião e, se o estão, trata-se de uma ligação frágil que não é levada muito a sério. A observância e a prática religiosa são reduzidas e os seus eventuais níveis elevados ficam a dever-se, com frequência, ao cariz eminentemente social e não transcendente dos conteúdos religiosos. A doutrina formal é, por isso, ignorada, sendo a participação encarada como uma celebração da comunidade e não como convicção. Os assuntos religiosos raramente merecem destaque”. (Gellner, 1994: 16).

2.2. Mediatização da Religião

O discurso religioso que originalmente estava vinculado a um lugar e a sujeitos de fala geograficamente limitados pelo raio de ação das igrejas e organizações, agora passa a ganhar um tom mais plural e massivo, absorvendo características do próprio discurso mediático. Uma tentativa das denominações religiosas aumentarem o número de fiéis, conduzindo-os através dos canais de comunicação de preferência da sociedade contemporânea, principalmente a televisão.

A lógica da legitimidade dos atores do processo de comunicação que Bourdieu se referiu na obra “Questões de Sociologia” cabe perfeitamente nessa linha de pensamento. Fazendo uma analogia ao sistema de ensino francês, Bourdieu diz que

“no caso da religião, para que a liturgia romana funcione, é preciso que se produza um certo tipo de emissores e um certo tipo de receptores. É preciso que os receptores estejam predispostos a reconhecer a autoridade dos emissores, que os emissores não falem por sua conta, mas falem sempre como delegados, como padres mandatários e que nunca se autorizem a definirem por si mesmos o que deve ser dito e o que não deve ser dito.” (Bourdieu, 2003: 109).

A reflexão chama a atenção para o discurso feito pelas organizações religiosas no campo mediático, que tentam moldar a audiência, aplicando sentido e significados para expressarem a suas próprias verdades, e contando com a ajuda dos destinatários para reproduzirem o discurso.

“Com o auxílio dos meios de comunicação de massa, as tradições são colocadas como alternativas de conhecimento, moralidade e de referências para tomada de decisões. As religiões ficam, assim, sujeitas a processos mais reflexivos, os quais contam com a ajuda fundamental dos meios de comunicação, cujos conteúdos fazem-se cada vez mais presentes na organização das interações sociais contemporâneas, seja de indivíduos ou instituições, promovendo a divulgação de ideias e a defesa de pontos de vista.” (Peixoto, et. al., 2008: 02).

Vale destacar que esse processo de mediatização da religião é antecipado pelo processo de mediatização da sociedade, ou seja, de todos os campos sociais. Os media e todo o sistema de regulação, produção e atribuição de sentido a ela vinculado se tornaram um novo ator social com papel e lugar bem definidos.

“A convergência de fatores sócio-tecnológicos, disseminados na sociedade segundo lógicas de ofertas e de usos sociais produziu, sobretudo nas três últimas décadas, profundas e complexas alterações na constituição societária, nas suas formas de vida, e suas interações. Ocorre a disseminação de novos protocolos técnicos em toda

extensão da organização social, e de intensificação de processos que vão transformando tecnologias em meios de produção, circulação e recepção de discursos” (Fausto Neto, 2008: 92).

O autor afirma ainda que

“ao se converter numa espécie de «sujeito» dos processos e das dinâmicas de interação social, a cultura midiática torna-se um complexo dispositivo em cujo âmbito se organiza um tipo de atividade analítica, cujas gramáticas, regras e estratégias geram ainda, por operações auto-referenciais engendradas no dispositivo, as inteligibilidades sobre as quais a sociedade estruturaria suas novas possibilidades de interpretação.” (Fausto Neto, 2008: 94).

Viviane Borelli complementa essa discussão quando cita o fenômeno da mediatização dos diversos campos sociais, inclusive o da religião. A adoção dos dispositivos tecnológicos como instrumentos de legitimação e aderência do discurso religioso junto aos seus públicos (fiéis) tem provocado uma mudança significativa na maneira de evangelizar das denominações religiosas.

“A mediatização da religião ocorre com a implantação de uma série de ações para manter-se conectada com seus fiéis por meio de dispositivos, seja de menor alcance – como um sistema interno de som, cartazes, folders, murais – ou de maior abrangência, como o rádio, televisão e a internet.” (Borelli, 2009: 02).

A autoria diz ainda que as denominações religiosas estão cada vez mais imbuídas do trabalho de incorporação da técnica e do discurso midiáticos na tentativa de oferecer um conjunto de experiências mais adequado aos tempos modernos.

“As simbólicas da religião são construídas pelo trabalho de distintos dispositivos que articulados e hibridizados instituem um novo modo de vivenciar a crença. É por meio desses processos e experimentações que os credos adquirem uma nova roupagem: fazer religião significa saber operar estrategicamente por meio de dispositivos técnicos e simbólicos.” (Borelli, 2009: 14).

Esse movimento se tornou ainda mais evidente entre as religiões pentecostais e, na contemporaneidade, entre as denominações chamadas neopentecostais.

“Ao se estabelecer o estreitamento da relação entre religião e consumo, com a consequente mercantilização do sagrado, as igrejas, em especial as neopentecostais, passaram a se pautar pelas estratégias de comunicação e marketing. Neste contexto, a mídia assumiu um papel preponderante na relação entre as instituições religiosas e a opinião pública.” (Moreira, 2011: 6).

A incorporação desses discursos e de toda a estrutura de produção de sentidos de outras áreas ora contrasta com a própria tradição religiosa, que sempre buscou em suas doutrinas, o princípio básico para comunicar com os fiéis, como afirma Talvald.

“A linguagem da mídia representa parte das fórmulas racionalizadas pelas quais igrejas de grande sucesso se propagam a partir de modelos retirados de campos como o da economia, comunicação, da administração, entre outros, e não propriamente de área mais afins como a própria teologia.” (Talvald, 2014: 104).

Os registros primeiros da utilização desses recursos e discursos mediáticos para fins religiosos são atribuídos a missionários norte-americanos que, com eles, surgiram as denominações do televangelismo e da igreja eletrônica.

“Os termos foram criados para descrever pastores norte-americanos como Jimmy Swaggart, Rex Humbard e Billy Graham. O fiel pode participar dos cultos e da comunidade religiosa sem sair de casa, a televisão media esta relação. Para que os pastores e igrejas eletrônicas possam se manter, diversos produtos e serviços são vendidos pela TV — bíblias, livros, vídeos e, em alguns casos, até suvenires. Os números das contas bancárias são apresentados para doações e para a participação em “correntes”, visando a algum objetivo definido (cura e prosperidade, entre outros).” (Refkalefsky, 2006: 10).

É importante destacar o papel dos atores sociais, do campo religioso, nessa tarefa. Eles demonstram dominar com maestria os objetivos, procedimentos e resultados esperados com essa estratégia. Esse papel é interpretado por diversos sujeitos, como pastores, padres, líderes, organizações e também indivíduos que estão nos bastidores e que colaboram com o planejamento e avaliação dessa nova forma de evangelizar.

“Os atores sociais, institucionais e midiáticos das igrejas têm um profundo conhecimento do poder da imagem, do marketing e das potencialidades dos processos midiáticos como um todo. Eles entendem as concepções estratégicas de comunicação e, a partir delas, vão preparar a sua entrada e atuação no meio. Os atores têm um papel importante na construção da identidade da igreja e de novas religiosidades.” (Fantoni, et. al., 2013: 04-05).

Esse movimento que iniciou pelo rádio, passou pelos media impressos e se solidificou com a televisão, ganhou, nas duas últimas décadas, contornos ainda mais desafiadores (do ponto de vista acadêmico) com a exploração da internet. A rede mundial de computadores se tornou um importante meio de propagação das doutrinas religiosas e de relacionamento com os fiéis, criando uma espécie de altar paralelo, segundo Talvald. “E no quesito media, a racionalização atingiu tal ponto que atualmente se torna possível inclusive

que os fiéis sequer freqüentem os templos, bastando ligar a televisão ou o rádio ou acessar um sítio da Internet para congregar e experienciar a sua espiritualidade.” (Tadvald, 2014: 104). E como afirma Sbardeloto, a internet oferece às igrejas “uma grande capacidade de “estocagem do sagrado”, que passa a estar disponível a qualquer hora e em qualquer lugar – porém agora digitalizado (em formatos como texto, áudio ou vídeo).” (Sbardelotto, 2010: 07). Esse processo de “digitalização” do sagrado, a que se refere Sbardelotto, requerer uma série de procedimentos e atividades que compõe a nova estratégia comunicacional das igrejas.

“(…) todo esse processo não é simples, nem instantâneo, nem automático. Deus ou o sagrado precisa ser codificado, ressignificado, relido, reapresentado, moldado em uma processualidade informático-computacional comunicativa. É preciso que ele seja “disponibilizado” (grifo do autor) na Internet e, ao mesmo tempo, que o usuário possa acessar o sagrado por meio da Rede e interagir com essa nova modalidade espiritual, segundo as características do ambiente online.” (Sbardelotto, 2010: 08).

Fantoni & Borelli reforçam esse caráter inovador e de adaptação que tanto as denominações religiosas e fiéis estão sujeitos com a experiência na internet.

“A Internet, neste contexto, transforma-se em geradora de processos simbólicos e o seu uso altera não só o objeto no qual está atuando, como também o próprio usuário. A web passa a ser uma forma de experienciar o sagrado e de construção de novos modelos interacionais, constituindo-se como uma nova forma de religiosidade. Nota-se que há correferências, ou seja, um discurso voltado para as suas mídias com o intuito de atrair mais audiência e fiéis. Há diálogos entre as tradicionais e as novas mídias, pois com a digitalização ocorre um agregamento pelo portal, entendido como nova mídia. A união gera a ampliação do uso e propagação na rede.” (Fantoni, et. al., 2013: 14).

Por outro lado, a ideia de que a internet pode gerar uma maior interação entre as igrejas e seus fiéis não é tão fácil de ser validada. Isso porque a maioria das experiências na rede tem mostrado uma atitude pouco aberta ao relacionamento e a discussão de doutrinas, normas e regras junto aos públicos que acessam as plataformas religiosas. Em geral, as igrejas institucionalizadas acabam se apropriando do espaço na internet exclusivamente como emissoras de informações, mensagens de otimismo e relato dos eventos, cerimônias. Há pouco espaço para participação e interatividade com os fiéis através desses meios. E quando há, a participação é controlada ou mediada, como define bem Jungbult.

“(…) há uma afinidade eletiva entre “religiões de firma” e meios de comunicação de massa, dada a utilidade e eficácia desses meios para a divulgação de mensagens padrões unidirecionalmente enviadas – por exemplo: do clero de uma igreja para os fiéis reais e potenciais. Como algumas das lógicas desta arquitetura comunicacional “um-para-muitos” se transferem para a Internet – que majoritariamente se caracteriza por uma arquitetura “muitos-para-muitos” – o que, frequentemente, se

assiste ali, por parte destas religiões é uma comunicação unidirecional aos fiéis.” (Jungblut, 2010: 209).

Uma das igrejas que mais tem se destacado no cenário lusófono com esse forte apelo mediático, inclusive através da internet, é a Igreja Universal do Reino de Deus.

2.3. Religião Católica e as Telecerimônias

A relação entre os media e a religião, revela-se não só na apropriação dos veículos de comunicação por meio das organizações religiosas como também pela presença intensa do tema religião na pauta dos meios de comunicação. Vale destacar que parte deste conteúdo está vinculada a eventos e cerimônias religiosos, que já fazem parte a agenda de cobertura jornalística das empresas, especialmente as festas de santos, Natal e outras comemorações religiosas, notadamente cristãs católicas.

Antes de analisarmos as telecerimônias religiosas vale fazer referência à teoria dos *Media Events*, inaugurada pelos autores Daniel Dayan e Elihu Katz.

“A diferença mais óbvia entre os acontecimentos midiáticos e outras fórmulas ou gêneros de retransmissão é que, por definição, não são uma rotina. De feito, são interrupções da rotina, interferem o fluxo normal das emissões e o de nossas vidas. Como as festividades que detêm as rotinas cotidianas, os acontecimentos de televisão propõem coisa excepcionais em que pensar, que presenciar e que fazer. As emissões regulares se suspendem e em seu lugar, uma série de anúncios especiais e prelúdio nos guiam à transformação da vida cotidiana em algo especial e, uma vez concluído o acontecimento, nos guiam de volta à rotina. Nos acontecimentos mais característicos, a interrupção é monopolística: todos os canais mudam sua programação regular pelo grande acontecimento, ficando talvez fora do consenso poucas emissoras independentes. Dificilmente poderia se anunciar de modo mais impressionante a importância do que vai a suceder” (DAYAN e KATZ, 1995, p. 14).

Mesquita vai além e descreve as telecerimônias no contexto de emissão e recepção de conteúdos específicos e com objetivos claros, ao dizer que “impõe-se como um ato mediático que se visa produzir determinados efeitos em nível da recepção, ligados à contração de consensos políticos, religiosos, culturais” (Mesquita, 1997: 75).

Percebendo esse fenômeno mediático que, como lembra Cintra Torres no artigo “Revalidar a teoria dos *media events*” (Torres, 2006), não é contemporâneo nem uma estratégia somente dos meios de comunicação de massa da atualidade, como o rádio e a

televisão, a Igreja Católica vem apostando no poder que as telecerimônias provocam para expandir sua hegemonia e aumentar a visibilidade dos rituais religiosos.

Esse despertar aconteceu nos anos de 1960 a partir das primeiras visitas papais a outros países. “As visitas pastorais dos papas fora do Vaticano constituem fenômenos da contemporaneidade, tendo começado na mesma época – os anos 60 – em que se iniciaram e se tornaram habituais os directos televisivos por satélite em transmissões planetárias: a televisão, também ela urbi et orbi.” (Capucho, C. *et.al*, 2011: 100).

À medida que a Igreja se abre para a missão além dos seus próprios muros, essa perspectiva mais flexível também se reflete numa aproximação consentida e, aparentemente, sem conflitos entre a organização religiosa e os sistemas de poder e interesse externos, entre eles os próprios media. Como afirmam os autores,

“As questões levantadas pela transmissão televisiva de eventos religiosos passam não só pela preocupação teológica com a bipolaridade participação/assistência, mas também pelas consequências para a dimensão espectacular que a televisão acrescenta ao rito (como mostrar as missas e outros eventos sem alterar a substância sagrada?), mas o efêmero, condição ontológica dos fenômenos multitudinários, tende a não ser um problema para a Igreja contemporânea.” (Capucho, C. *et.al*, 2011: 103).

Essa “permissão” que a Igreja faz aos media é comprovada em eventos religiosos mais contemporâneos, cuja essência é a própria realização de cerimônias de grande proporção, com participação presencial de um público em alta escala, e também com emissão em canais de televisão e rádio para todo o mundo. Um exemplo é a Jornada Mundial da Juventude, lançada pelo papa João Paulo II em 1985. Esses eventos tornam ainda mais visíveis essa suposta contradição de interesses em manifestações que misturam ritos sagrados e atividades com menor caráter eclesialístico.

“No caso das Jornadas Mundiais e em situações multitudinárias não rituais, mas exclusivamente espetaculares, encontramos a tensão entre a necessidade de manter o rito intacto com a experimentação de novas formas de representação da multidão, mais abertas à contemporaneidade, com explosões de alegria, palmas, cantos mais ritmados, etc.” (Capucho, C. *et.al*, 2011: 101).

Do ponto de vista dos media, esses grandes eventos destacam também um comprometimento arriscado que as emissoras de televisão têm com as organizações destas cerimônias, principalmente quando são assumidos também pelo departamento de jornalismo das empresas.

“A informação jornalística baseia-se no conflito e na crítica, enquanto a celebração cerimonial tem por objetivo a criação de consensos. Certamente, o jornalista pode oscilar entre a adesão e o distanciamento crítico, mas o dispositivo cerimonial em que está integrado reduz ao mínimo a hipótese de um «jornalismo contra-poder» no interior de uma cerimônia pública.” (Mesquita, 2011: 85).

2.4. A religião nos Media Brasileiros

Até o início dos anos de 1990, a Igreja Católica detinha a maior participação na programação dos meios de comunicação de massa do Brasil. O histórico e forte envolvimento dos líderes católicos com personalidades do campo político e empresarial do país garantiu-lhe um espaço preferencial nos media, com participação aberta e sem custos na grade de programas, especialmente, em emissoras de televisão e de rádio. De certo, a tendência não era uma prova apenas da opção religiosa dos empresários e políticos brasileiros, mas também atendia a uma lógica do próprio mercado, já que até os anos de 1990, 83% dos brasileiros se autodeclaravam católicos. (IBGE, 2010).

“A evolução do relacionamento da Igreja (CATÓLICA) com a comunicação social, desde o surgimento da imprensa, constituiu-se por fases que passaram pelo confronto aberto e pelo exercício da censura e repressão oficializadas; pela aceitação comedida dos novos meios, utilizados para a emissão das mensagens religiosas, sem abandonar a vigilância sobre a imprensa; pela conscientização da necessidade de adaptar-se ao mundo moderno, sobretudo a partir das orientações do Concílio Vaticano II, voltadas para a necessidade de evangelização por esses meios.” (Peixoto *et al.*, 2008: 05).

Outras denominações religiosas, todas cristãs, porém ligadas ao Evangelicalismo, também se aventuraram pelos media com a compra de horários em emissoras de rádio e televisão brasileiras e produção de programas de curta duração e pouca expressividade.

“Alguns estudos mostram os primórdios da relação entre evangélicos e mídia. A partir de 1940 surgiram no Brasil os primeiros programas evangélicos no rádio e as denominações pioneiras foram a Igreja Adventista, a primeira a alcançar o rádio a nível nacional, e algumas pentecostais como a Assembleia de Deus, a Igreja do Evangelho Quadrangular, O Brasil Para Cristo e a Igreja Deus é Amor. O modelo desses programas nos primeiros anos era norte-americano, e posteriormente, passaram a ser idealizados por brasileiros.” (Santana, 2005: 56).

Esse movimento continuou de forma tímida nos anos de 1960 com o primeiro programa de caráter evangélico na televisão.

“Esses programas eram locais, de curta duração e novamente, os adventistas saíram na frente com um programa primeiro em São Paulo e depois no Rio de Janeiro. Em meados da década de 1960, o missionário Robert McAlister da Igreja de Nova Vida

iniciou seu programa na TV Tupi/Rio, sendo o primeiro pentecostal a ingressar na televisão.” (Santana, 2005: 57).

O ponto de virada do fenômeno religioso nos meios de comunicação de massa do Brasil ocorreu no final de 1989 com uma negociação milionária, no valor de 45 milhões de reais, que resultou na compra da Rede Record, uma emissora de televisão paulista fundada em 1953 e em processo de falência à época, pelo líder da Igreja Universal do Reino de Deus, Edir Macedo. (Campos, 2009). O negócio foi resultado da ação de um grupo de líderes evangélicos brasileiros, políticos e empresários, que faziam parte do movimento que foi chamado por alguns especialistas de “neopentecostalismo”.

“Tratava-se de uma forma de evangelismo que não mais se contentava em comprar tempo na mídia. Os pastores – agora chamados “bispos”, “missionários” ou “apóstolos” – começaram, graças à instituição do “caixa único” para onde os templos situados em todo o Brasil e até fora dele encaminhavam as ofertas, a centralizar recursos financeiros que tornaram possível a compra ou a montagem de redes de rádio e de televisão próprias.” (Campos, 2009).¹

Outros fatores também colaboraram para esse processo que culminou com a maior presença dos evangélicos nos media tradicionais. Além da compra da Rede Record pela Igreja Universal do Reino de Deus, “a atuação da bancada evangélica na Constituinte de 1988 e consequente crescimento de políticos evangélicos nas mais variadas eleições do país e o crescimento dos evangélicos em paralelo com o declínio católico apontado nos censos do IBGE” (Santana, 2005: 57) também favoreceram.

A ofensiva católica no campo mediático veio cinco anos depois com a fundação da Rede Vida de Televisão, em 1995, cujo presidente é o atual arcebispo do Rio de Janeiro, Dom Orani Tempesta, principal anfitrião do Papa Francisco durante a Jornada Mundial da Juventude em julho de 2013. Ele também presidiu o Conselho Nacional de Comunicação Social (2012 – 2014), órgão consultivo do Senado Federal previsto na Constituição de 1988, responsável pela realização de estudos, pareceres e recomendações sobre a liberdade de manifestação do pensamento, criação, expressão e de informação; sobre as finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas da programação das emissoras de rádio e televisão; e sobre a propriedade das empresas jornalísticas e de radiodifusão, dentre outros temas. (Brasil, 1991). Esses múltiplos papéis de liderança demonstram o nível de relação

¹ Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/28395-midia-e-religiao-no-brasil-entrevista-especial-com-leonildo-silveira-campos>. Acesso em: 21/01/2013

entre as personalidades religiosas e políticas, que continuam claramente mantidos, com forte tendência católica.

“O teor das pautas religiosas, em relação aos evangélicos, sofreu, no decorrer dos anos 1990, uma significativa mudança. Isto porque, desde então, entraram em cena a diversidade, o pluralismo e a competitividade. A lei da oferta e da procura se tornou hegemônica, transformando o campo religioso em mercado religioso, trazendo consigo a propaganda, as estratégias de marketing, a disputa pela audiência, o controle da produção de mitos e a manipulação do imaginário coletivo. A essa altura, a religião deixou de fornecer pauta para as mídias e passou a selecionar ela mesma a pauta que lhe interessava na disputa com grupos laicos e secularizados.” (Campos, 2009).²

A distribuição do espaço mediático brasileiro nas mãos das igrejas e organizações de cunho religioso alterou sobremaneira a programação dos meios de comunicação social, gerando um movimento das chamadas igrejas eletrônicas com presença em todo o território nacional em redes abertas de comunicação locais, regionais e, principalmente, de alcance nacional.

“Levantamento feito pelo Intervezes (blog) e divulgado pela Folha de S.Paulo (jornal impresso de maior circulação no Brasil) mostra que cerca de 140 horas semanais da TV brasileira são preenchidas com programação religiosa. CNT e Gazeta são algumas das emissoras que transmitem celebrações religiosas diariamente. Mas o caso mais emblemático, sem dúvida, é o do Canal 21 de São Paulo, vinculado ao Grupo Bandeirantes, que arrenda 22 horas diárias de sua programação para a Igreja Mundial do Poder de Deus.” (Melo, 2013).³

Mas esse processo não ocorre de maneira plural do ponto de vista institucional e comercial, pelo menos nos chamados media laicos.

“Em relação aos evangélicos, identifica-se uma abertura das redes de TV, mas de forma estreitamente relacionada ao plano mercadológico, ou, aos interesses comerciais, que passam pela venda de espaços nas grades de programação e em captação de audiência e ampliação de mercado, como é o caso da Rede Globo mais recentemente. Com isso ganham também cobertura de seus eventos (shows, marchas) mas não a defesa de seus princípios.” (Cunha, 2013).⁴

Para a autora, a hegemonia católica continua prevalecendo entre os meios de comunicação de massa, principalmente na televisão.

“As TVs refletem o catolicismo conservador, ou seja, trabalham na defesa da tradição católica romana em suas coberturas jornalísticas e em demais programações

² Idem

³ Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervezes/midia-e-religiao-muito-alem-da-cobertura-da-visita-do-papa-6849.html>. Acesso em 23/01/2014.

⁴ Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/522360>. Acesso em 25/01/2014

(a exceção é a Record de propriedade da Igreja Universal do Poder de Deus). Portanto, tudo o que diz respeito à instituição católica e sua reconhecida liderança é reforçado.” (Cunha, 2013).⁵

Esse comportamento dos media televisivos em relação à religião se tornou emblemático nos anos de 1990 e foi personalizado pela Rede Globo e a Rede Record. A religião se tornou “pano de fundo” para a acirrada concorrência que começava a se estabelecer no período entre os dois grupos de comunicação, com repercussão até os dias atuais. Os ataques mútuos foram travados com críticas de caráter financeiro, pessoal e também religioso.

“A disputa mediática na televisão brasileira foi se polarizando, especialmente a partir de 1992, entre Globo e Record, com lances que incluíram até a exploração do “chute na santa”, a divulgação de vídeos e documentários “verdadeiros” sobre as estratégias de arrecadação de dinheiro por parte da Igreja Universal e até a reprodução dos ataques aos neopentecostais na figura de novelas como foi “Decadência”. Em 1995, aconteceu a chamada “guerra santa”, que, a nosso ver, foi muito mais uma batalha pela audiência, uma disputa que continua até os dias de hoje, até porque a Rede Record de Televisão, da qual Edir Macedo, pessoalmente, detém 90% do capital, tornou-se a segunda rede brasileira de televisão.” (Campos, 2009).⁶

Vale destacar ainda que esse acirramento se dá num cenário de profundas mudanças no perfil religioso da população brasileira. Em trinta anos, o percentual de habitantes que se declaravam católicos passou de 83%, em 1991, para 64,6%, em 2010, segundo o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Já o percentual de evangélicos, saltou de 9%, em 1991, para 22,2%, em 2010. Em relação às outras religiões, seitas e organizações religiosas o quadro sofreu pequenas alterações, representando apenas 3%, em 2010. (IBGE, 2010). O crescimento da população evangélica é um fenômeno de caráter religioso com reflexos também no plano econômico, chamando atenção das empresas de comunicação para novos investimentos voltados a este público e se tornando um combustível altamente inflamável para novos embates no campo da concorrência pela audiência.

2.5. A Programação Religiosa na TV Globo e na TV Record

A Central Record de Comunicação é o segundo maior grupo mediático do Brasil na atualidade. Com sede na cidade de São Paulo, pertence ao líder e fundador da Igreja

⁵ Idem à nota 4

⁶ Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/28395-midia-e-religiao-no-brasil-entrevista-especial-com-leonildo-silveira-campos>. Acesso em: 21/01/2013

Universal do Reino de Deus (IURD), Edir Macedo. A empresa se tornou um importante conglomerado de mídia do país após a compra da TV e Rádio Record, em 1990. Tanto a rádio quanto a emissora de TV eram de propriedade do advogado e empresário Paulo Machado de Carvalho. Devido a graves crises financeiras, os dois veículos foram vendidos para o empresário evangélico. Atualmente, a Central Record de Comunicação é o quarto maior grupo de mídia do Brasil, atrás das Organizações Globo, Grupo Folha e o Grupo Abril. A Rádio Record e a Rede Record são avaliadas em mais de R\$ 1,9 bilhão. A Central Record de Comunicação é a organização com o maior número de emissoras próprias e a terceira no mercado publicitário do país. (Central Record de Comunicação. In: Wikipédia, 2013). Para além dos setores de televisão e rádio, os negócios do grupo também se estendem para as áreas de produção de jornais, revistas, portais de notícias da internet, entretenimento, gravadora e produtora de vídeo, no Brasil e também no exterior através da Record Internacional.

No que diz respeito à religião, a Central Record de Comunicação tem um laço institucionalmente constituído, desde sua origem, com o Protestantismo, pela vertente neopentecostal. Essas igrejas, entre elas a Igreja Universal do Reino de Deus, surgiram após os anos de 1970 e têm uma lógica de funcionamento diferente das chamadas igrejas de missão evangélicas. Além disso, se caracterizam pelo

“abandono (ou abrandamento) do ascetismo, valorização do pragmatismo, utilização de gestão empresarial na condução dos templos, ênfase na teologia da prosperidade, utilização da mídia para o trabalho de proselitismo em massa e de propaganda religiosa (por isso chamadas de “igrejas eletrônicas”) e centralidade da teologia da batalha espiritual contra as outras denominações religiosas, sobretudo as afro-brasileiras e o espiritismo.” (Silva, 2007: 208).

Apesar de ser um grupo de comunicação comercial, a programação dos veículos da Central Record não omite a forte tendência para exaltação de assuntos de caráter evangélico, seja nos programas ordinários como telejornais, revistas eletrônicas, novelas, programas de rádio e também no portal R7, na internet.

Em relação à Rede Record, principal veículo de comunicação da Central, são destinadas semanalmente quase 39 horas da programação da emissora a programas de cunho religioso, sendo que a maioria é produzida pela TV Universal, produtora da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Isso representa 23% de toda a programação semanal da TV. O programa “Fala que Eu te Escuto”, exibido nas madrugadas de segunda a domingo, é o de maior duração com cinco horas diárias.

“Consumo e tráfico de drogas, comportamento, saúde, família e outros assuntos que dizem respeito à vida de todos são temas práticos tratados de forma imparcial todas as madrugadas, com embasamento em entrevistas, pesquisas e opiniões de renomados especialistas, que dão ao público subsídios para formar seu próprio ponto de vista e tirar suas próprias conclusões, podendo participar por telefone, Skype e redes sociais. No ar desde 1997, o Fala que Eu te Escuto põe a realidade em debate e convida o telespectador a fazer parte dela.” (Portal Universal, 2014).

Aos sábados, abrindo a programação da manhã, é exibido o programa “Nosso Tempo”, com meia-hora de duração. O semanal traz depoimentos de fiéis sobre curas alcançadas após o envolvimento com a igreja. Os relatos são gravados nos templos da IURD em todo o Brasil. Ao meio-dia, entra no “ar” o Programa “The Love School” que trata sobre relacionamento conjugal, dicas para solteiros, traição, pornografia e outros assuntos, sempre à luz dos princípios evangélicos.

A cada semana, um tema serve como base para dicas que ajudarão a resolver problemas comuns aos casais e aos solteiros. Uma ótima oportunidade para aprender a ser feliz na vida a dois, numa realidade em que cerca de metade das uniões acaba em divórcio com muita facilidade. Os apresentadores usam situações do dia a dia que podem passar despercebidos, mas que fazem diferença na qualidade da vida sentimental. O casal de “professores”, em linguagem acessível e bem-humorada, dá dicas eficazes para a realização afetiva. (Portal Universal, 2014).

Aos domingos pela manhã, a emissora também reforça a programação religiosa com três programas semanais: “Bíblica em Foco”, com duração de meia-hora; “Santo Culto do seu Lar”, também com meia-hora de exibição; e “Desenhos Bíblicos”, voltado ao público infantil, das 6h30 às 9h30. (Rede Record. Programação/SP, 2014).

Esse relacionamento em nível institucional entre os veículos da Central Record de Comunicação e a IURD pode ser vista numa simples visita ao portal de notícias R7, de propriedade do grupo. A seção de canais do Portal contém a opção do link da TV Universal e da Rede Aleluia (rede de rádios evangélicas da IURD), no campo dedicado ao site da IURD (Universal.org). Além de um banner para acesso direto ao site pessoal do Bispo Edir Macedo, líder da Igreja e proprietário da Central.⁷ No site da IURD, o link para o Portal R7 é exibido entre os Parceiros da Igreja.⁸

As Organizações Globo são hoje o maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina e foram fundadas pelo jornalista Roberto Marinho em 1925, no Rio de Janeiro. O primeiro empreendimento foi na área do jornalismo impresso com a fundação do jornal “A Noite”, distribuído no fim da tarde. Com o sucesso de tiragem e vendas, foi

⁷ Disponível em: <http://www.r7.com/>. Acesso em 27/01/2014

⁸ Disponível em: <http://www.universal.org/>. Acesso em 27/01/2014

substituído no mesmo ano pelo jornal matutino “O Globo”. Em 1944, foi fundada a rádio O Globo e, em 1965, a Rede Globo, emissora de televisão que deu visibilidade ao grupo de comunicação e é hoje a segunda maior emissora comercial do mundo. (Organizações Globo. In: Wikipédia, 2014) Desde 1980 é líder de audiência nacional (Rede Globo. In: Wikipédia, 2014). Atualmente, o grupo tem empresas nos setores da televisão aberta e por assinatura, rádio comercial e corporativa, web-rádio, jornal impresso, revistas, editoras de livros, gravadoras de disco, cinema, classificados, produtora de televisão e portais de notícias na internet, entre outras. O grupo também está presente em centenas de países através da Globo Internacional.

Em relação aos assuntos de natureza religiosa, o documento que define os princípios editoriais do grupo afirma que “as Organizações Globo são laicas, e os seus veículos devem se esforçar para assim ser percebidos.” (Organizações Globo. Princípios Editoriais, 2011). Apesar da institucionalização do caráter laico do grupo, é possível verificar na programação da Rede Globo, por exemplo, uma relação histórica com a Igreja Católica. Desde 1968, a emissora transmite a missa nas manhãs de domingo. É o programa mais antigo da TV ainda em exibição.

“A celebração é destinada a dar conforto espiritual aos doentes, aos presos, aos idosos e aos que não podem se deslocar até uma igreja, por motivos físicos ou outros. A Santa Missa conta, desde o primeiro programa, com a colaboração das religiosas da Congregação das Carmelitas Servas dos Pobres. A partir de março de 1971, a pedido do cardeal D. Eugênio Sales, o programa passou a destinar uma parte do tempo para a divulgação de notícias da própria Arquidiocese.” (Rede Globo, 2014).

Considerando apenas os programas na grade da emissora, sem analisar a abordagem dos eventos e assuntos ligados às religiões na cobertura jornalística ordinária da TV, é possível afirmar que a partir de 2009 a Rede Globo começa a dar sinais de uma tentativa de um discurso mais ecumênico. Neste ano, entra no “ar” a série “Sagrado”. A exibição é diária, sempre no início da manhã, com pequenos vídeos de dois minutos, sobre um tema específico e a visão das diversas religiões a respeito do assunto, incluindo representantes do catolicismo, do protestantismo, do islamismo, do judaísmo, do espiritismo, das religiões Afro-brasileiras e do budismo. (Rede Globo. Sagrado, 2014). O início do programa coincide com o período onde o Censo do IBGE constatou, em 2010, uma queda de 12,2% no índice de cidadãos declaradamente católicos no Brasil, em relação ao ano 2000. Foi a maior baixa registrada na história do Censo. No mesmo período, o número de brasileiros evangélicos teve um crescimento de 44,1%. (IBGE, 2010).

Diante do cenário, em 2011, a Rede Globo realizou o primeiro programa específico para o público evangélico, no formato de um festival de música com shows aberto ao público em geral e exibição na emissora como um dos especiais de fim de ano. O “Festival Promessas” é um encontro de música gospel que leva ao palco diferentes estilos de música evangélica nacional, em um grande painel do gênero. (Rede Globo. Festival Promessas, 2014).

Mesmo assim, é possível afirmar que a ligação entre as Organizações Globo e a Igreja Católica é mais sólida e visível do que com as demais instituições. Isto fica claro durante a cobertura de grandes eventos católicos como as visitas de papas e, mais recentemente, a Jornada Mundial da Juventude. A última edição internacional da JMJ foi realizada no Estado do Rio de Janeiro, no Brasil, em julho de 2013, com a presença do recém eleito papa Francisco. O evento reuniu 3,7 milhões de fiéis e foi considerado pelo RankBrasil – Recordes Brasileiros, o maior evento cristão do país. (Jornada Mundial da Juventude. In: Wikipédia, 2014). A JMJ do Rio aconteceu praticamente em meio à onda de manifestações e protestos violentos deflagrados em todo o Brasil em junho de 2013. As principais reivindicações estavam relacionadas à redução do preço do transporte público, fim da corrupção, crise na saúde pública e educação, além dos altos gastos do Governo com a Copa das Confederações e a Copa do Mundo, eventos também sediados no Brasil, em junho de 2013 e em junho/julho de 2014, respectivamente.

Em relação à cobertura dos media, o evento contou oficialmente com o apoio das Organizações Globo. Numa notícia publicada pelo portal de conteúdos mediáticos do Vaticano, News.va, é possível compreender a dimensão desta participação.

“Uma reunião entre alguns canais brasileiros de televisão foi realizada no final do mês de agosto. O encontro realizou-se na Rede Globo em São Paulo com a finalidade de definir algumas questões a respeito das transmissões da Jornada Mundial da Juventude Rio2013. Essa foi a segunda reunião para tratar do “pool” da JMJ. Entre as definições ficou estabelecido que será a Rede Globo a responsável pela distribuição do sinal televisivo. As transmissões da Jornada Mundial da Juventude serão realizadas por diversas emissoras, entre elas a Globo, TV Aparecida, Canção Nova, TV Século XXI, Rede Vida e outras que ainda devem confirmar participação.”(News.va, 2012).

Para os autores que analisaram o empenho das principais empresas de comunicação do Brasil durante a Jornada Mundial da Juventude, ficou nítido o envolvimento das Organizações Globo nesse papel de mediador do discurso religioso católico.

“A Rede Globo fez “evangelismo”. Esta frase pode resumir, com linguagem religiosa, o que significou uma semana de atuação da emissora que comandou o “pool” de redes responsáveis pela captação e distribuição de imagens dos eventos por meio do trabalho de mil profissionais. (...) Tudo isto foi alimentado por discursos extremamente positivos de todos os momentos mostrados, com toques de emocionalismo explícito da parte de jornalistas que se tornavam comentaristas, em afirmações como: “Todos os corações já estão abertos para ele (o Papa)”, ou “É muita emoção!”. (...) Das grandes redes de TV aberta, SBT e Rede Record fizeram uma cobertura “normal” do que deveria ser mesmo tratado como um fato jornalístico de peso.” (Cunha, 2013).⁹

⁹ Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/522360>. Acesso em 25/01/2014

III – TRABALHO EMPÍRICO

3.1. Metodologia

A metodologia aplicada para realizar a investigação dos pressupostos definidos nos objetivos do trabalho é a qualitativa, através da técnica de análise de conteúdo de texto e de imagens, que segundo Bardin, “(...) é um conjunto de técnicas de análise de comunicações.” (Bardin, 1979: 31). Para a autora, “não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações.” (Bardin, 1979: 31). Diante do quadro metodológico proposto, vale destacar que “a intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente, de recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativos ou não).” (Bardin, 1979: 38).

Para definir e analisar os indicadores, a investigação decorrerá sobre a cobertura jornalística da Jornada Mundial da Juventude feita pelos dois portais de notícias, G1 (Organizações Globo) e R7 (Central Record de Comunicação), ao longo de toda a semana em que o Papa Francisco esteve no Brasil, do dia 22 de julho de 2013, data da chegada dele, ao dia 28 de julho de 2013, quando ele se despediu do povo brasileiro e embarcou de volta para Roma. O foco da análise serão os eventos em que o líder religioso participou e que ambos os portais noticiaram, como também os fatos que não foram noticiados por ambos os portais, na tentativa de tentar identificar os critérios de noticiabilidade utilizados na seleção e na rejeição dos assuntos. Silva defende o uso dos valores-notícias como ferramenta de análise de produtos mediáticos. Para a autora,

“no campo de estudos sobre produtos jornalísticos específicos, os valores-notícia constituem também referências para a operacionalidade de análises de notícias, permitindo identificar similaridades e diferenciações na seleção ou hierarquização de acontecimentos em diversos veículos da imprensa, e possibilitando percepções históricas e culturais sobre o processo produtivo das notícias. Podem ter utilidade não só no estudo de fatos noticiáveis, mas também no que diz respeito a acontecimentos noticiados.” (Silva, 2005: 100).

Sendo assim, serão considerados seis dias de atividades, já que no dia 23 de julho de 2013, o papa não teve nenhuma agenda pública. Em cada dia de atividade, será definido um tema específico relacionado a um evento como objeto da investigação, realizada através de análises comparativas de elementos contidos no texto, leitura mais ampla sobre a linha

editorial dos portais e posicionamento ideológico frente aos temas explícitos e implícitos identificados no material. (Ver Quadro 3.1).

22/07/13	- Chegada do papa ao Brasil; - Deslocamento do papa pelas ruas do Rio de Janeiro; - protestos contra visita do papa e contra o Governo do Rio.
24/07/13	- Visita do papa ao Santuário de Aparecida, em São Paulo; - Esquema de segurança em Aparecida; - Multidão enfrenta frio e chuva para ver o papa em Aparecida.
25/07/13	- Visita do papa à favela de Varginha, no Rio; - Papa entra em casa de moradores da favela; - Discurso do papa contra a corrupção.
26/07/13	- Polêmica sobre cancelamento de atividades da JMJ no Campo da Fé, em Guaratiba, no Rio; - Informações sobre serviços de trânsito e transporte público em Copacabana; - Transtorno para moradores da região de Copacabana.
27/07/13	- Missa do papa na Catedral Metropolitana do Rio; - Encontro com a Sociedade Civil; - Papa participa da Vigília da JMJ; - Protestos durante atividades do papa em Copacabana.
28/07/13	- Missa de Encerramento da JMJ; - Papa tem encontro com bispos do Conselho Episcopal Latino-Americano; - Papa tem encontro com voluntários da JMJ.

Quadro 3.1. Relação dos eventos e assuntos analisados durante os dias de agenda do papa Francisco no Brasil – Julho/2013

A escolha das datas permite um panorama mais abrangente da cobertura jornalística realizada pelos dois portais de notícias, visto que será analisado pelo menos um evento principal em cada um dos dias selecionados, com seus respectivos desdobramentos através de notícias secundárias, de apoio ao conteúdo principal. Assim, vai ser possível obter elementos suficientes para compreender as diferenças e semelhanças do discurso jornalístico empregado pelas duas empresas.

Vale destacar ainda que o material analisado se refere somente a assuntos relacionados à JMJ produzidos pelas equipes dos próprios portais, com a rubrica dos sites na *URL (Uniform Resource Locator)*, o que exclui conteúdos de caráter opinativo publicados em páginas pessoais, blogs e outros materiais como charges, etc.; e também material publicado por outros veículos que hospedam seus conteúdos nos portais analisados. A escolha desse recorte tem como objetivo principal possibilitar uma compreensão mais fidedigna dos valores atribuídos à notícia em cada portal. Dessa maneira, será mais fácil identificar os traços que norteiam a cobertura realizada pelas Organizações Globo e pela Central Record durante o evento e como o discurso jornalístico das duas empresas trata temas relacionados à Igreja

Católica num contexto complexo que envolve não só uma disputa por audiência, mas também um envolvimento notório entre as corporações e instituições religiosas.

O recorte temporal e espacial tem por objetivo facilitar o mergulho no texto em suas diversas apresentações, seja na forma escrita ou nas fotos, vídeos e em outros elementos comunicacionais. A leitura especial dos títulos das reportagens também será levada a cabo nesse processo de análise, dada a importância desses elementos no texto e no contexto geral.

“(…) o estudo dos títulos da imprensa reveste-se de particular importância para a compreensão dos mecanismos discursivos que intervêm na elaboração de um sentido único que se autolegitima pela sua própria enunciação, sem necessidade, por conseguinte, de qualquer outro processo de justificação, fazendo assim a economia de processos argumentativos susceptíveis de serem em causa ou, pelo menos, de explicitarem os pressupostos implícitos da sua legitimidade.” (Rodrigues, 1997: 109).

A visita do papa a Aparecida também pode ser analisada, do ponto de vista dos media, pela cobertura fotográfica realizada pelos dois portais analisados. O texto e as fotos, além de outros recursos multimidiáticos, compõem o discurso jornalístico de cada empresa, à medida que criam o sentido de intencionalidade do enunciador. Sobre o sentido da fotografia no jornalismo, Duarte diz que todo processo, desde a produção até a publicação, pode sofrer manipulação.

“A escolha de um ponto de vista em detrimento de outro dá a conhecer sobre opiniões e/ou intenções. Esse é o caso do texto fotográfico jornalístico: trata-se de um objeto trabalhado, construído segundo normas profissionais, estéticas e/ou ideológicas, manipuladas pelo fotógrafo (criação de cenas, postura corporal, expressão facial, indumentária), manipulação essa de que os enunciatários também podem-se utilizar.” (Duarte, 2000: 191).

Para Barthes, o carácter denotativo das fotografias, que tem a ver com a intencionalidade do enunciador, é apenas um dos aspectos a serem considerados. Para o autor, se

“(…) por um lado, uma fotografia jornalística é um objeto trabalhado, escolhido, composto, construído, tratado segundo normas profissionais, estéticas e ideológicas, que são outros tantos fatores de conotação; por outro lado, essa mesma fotografia não é apenas percebida e recebida, é lida, vinculada, mais ou menos conscientemente, pelo público que a consome, a uma reserva tradicional de signos; ora, todo signo pressupõe um código, e é esse código (de conotação) que se deveria tentar estabelecer.” (Barthes, 1990: 14).

Além dessa análise dos textos (textos, fotos e vídeos) sobre os eventos principais da visita, também propomos uma sucinta discussão a respeito dos preparativos da cobertura,

da dimensão e do formato da mesma. Com a ajuda de indicadores quantitativos, será possível visualizar o esforço produtivo das empresas analisadas e, por conseguinte, inferir algumas conclusões sobre o desempenho e posicionamento dos portais em relação ao evento e sua representação simbólica tanto no contexto religioso quanto político dos dois meios de comunicação.

3.2. A Análise dos Dados

3.2.1. Uma prévia da cobertura

O esforço profissional para a cobertura da visita do Papa Francisco ao Brasil foi nitidamente diferente nos portais G1 e R7. O tempo dedicado ao tema antes do início oficial do evento, por exemplo, sinaliza a importância dada por cada um dos portais à Jornada Mundial da Juventude. A primeira reportagem do R7 apresentada como parte da cobertura especial da JMJ foi publicada na madrugada do dia 17/07/2013, cinco dias antes da chegada do papa ao Brasil, com o título “Veja o que abre e o que fecha durante feriados da Jornada Mundial da Juventude no Rio”¹⁰. O texto trata de uma pequena nota sobre o funcionamento dos serviços públicos e comerciais durante o evento. Ainda assim, a reportagem não estava identificada com o *banner* da cobertura.

O portal G1 publicou a primeira reportagem com o antetítulo ‘Jornada Mundial da Juventude - JMJRio2013’ no dia 19 de fevereiro de 2013, exatamente cinco meses e três dias antes da chegada do pontífice. Com o título “Arcebispo do Rio abençoa terreno da Jornada Mundial da Juventude 2013”¹¹, a reportagem apresentava a cerimônia presidida pelo arcebispo do Rio de Janeiro, Dom Orani Tempesta, no Campos da Fé, local onde aconteceria a vigília e missa do papa na Jornada Mundial da Juventude. De fevereiro a julho, o portal das Organizações Globo manteve uma regularidade de publicações a respeito do evento, aumentando a intensidade da cobertura a partir do início do mês de julho. As empresas de comunicação alinhadas com a organização e a divulgação de grandes eventos midiáticos, como foi o caso da JMJ, costumam dedicar esforços consideráveis à cobertura durante o pré-acontecimento. Na visão de Dayan e Katz seria uma preparação das audiências para a grande apoteose que viria a seguir.

¹⁰ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/fotos/veja-o-que-abre-e-o-que-fecha-durante-feriados-da-jornada-mundial-da-juventude-no-rio-16082013#!/foto/1>. Acesso em 07/09/15

¹¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/02/arcebispo-do-rio-abencao-terreno-da-jornada-mundial-da-juventude-2013.html>. Acesso em 07/09/15

“Esses acontecimentos estão planejados com antecedência e se anunciam por antecipação. (...) É importante, dentro de nosso enfoque, que a notícia antecipada dê tempo para a antecipação e a preparação tanto por parte das emissoras como das audiências. Há um período ativo de olhar adiante, animado pela atividade promocional das emissoras.” (Dayan e Katz, 1995: 15).

A cobertura do G1 foi um reflexo da cobertura especial realizada pela TV Globo e pelo jornal O Globo. A performance da TV, do jornal e do portal na internet foi convergente e complementar, à medida que cada plataforma dava suporte à outra na produção e compartilhamento de conteúdos próprios. O pacto entre os dois media potencializou a cobertura do evento, demonstrando o quanto a empresa estava empenhada no acompanhamento da jornada. Um exemplo do que Salaverría chama de multiplataforma.

“Para designar este tipo de modalidades de coordenação entre meios também se utilizam termos como “multiplataforma” ou, como é habitual no mundo jornalístico anglo-saxão, cross-media. Ambos aludem à mesma realidade: casos em que distintos meios coordenam as suas respectivas estratégias editoriais e/ou comerciais para conseguir um melhor resultado conjunto.” (Salaverría, 2014: 27).

E foi esse aparato que moldou o tom do discurso da cobertura, reforçando a narrativa produzida pelas Organizações Globo, em alusão ao termo usado por Rebelo para descrever o desenvolvimento da atividade jornalística.

“O fazer jornalístico desenvolve-se em dois planos. No primeiro, o jornal procura narrar as notícias do dia. Cumpre a sua função referencial ou, para utilizar uma expressão corrente, a sua função informativa. Simultaneamente, porém, e num segundo plano, gera sistemas de valores – associação à posição do jornal como sujeito da enunciação – que configuram a narrativa produzida. Esta, já não é uma narrativa qualquer. É a narrativa do jornal. Se no primeiro plano, o plano do *récit*, prevalece o saber sobre “aquilo de que se fala”, no segundo, o plano do discurso, prevalece o saber sobre “de que modo é que se fala” e “porque é que se fala”. (Rebelo, 2000: 41).

A ênfase dada ao evento por parte das empresas também pode ser medida pelo número e frequência de reportagens publicadas. Levando em conta as reportagens listadas na linha do tempo dos próprios portais nas páginas dedicadas à cobertura da Jornada Mundial da Juventude, é possível contabilizar uma diferença significativa na quantidade de matérias nos dois sites. Enquanto o R7 publicou 96 reportagens relacionadas ao evento entre os dias 22/07/2013 e 28/07/2013 (uma matéria a cada 1 hora e 45 minutos), o G1 publicou 279 matérias no mesmo período, o que dá uma média de uma reportagem a cada 36 minutos. A totalização pode não ser exata, visto que o portal R7 não incluiu na listagem da página da

cobertura as reportagens assinadas por agências de notícias internacionais. Mesmo com essa imprecisão, através desse breve panorama é possível concluir o interesse e a dimensão que o G1 deu ao evento em comparação ao R7.

A evolução do número de reportagens publicadas por cada portal na semana da Jornada Mundial da Juventude demonstra com clareza a diferença no esforço produtivo das empresas. Apesar dessa disparidade entre os números, observa-se uma proporcionalidade da cobertura ao longo dos dias. No dia 22 de julho de 2013, data da chegada do Papa Francisco, o G1 publicou 55 reportagens, enquanto que o R7 terminou a cobertura com 15 matérias publicadas. No dia seguinte, data em que o papa não teve compromisso público, houve uma tendência de baixa. Mesmo assim, o número de matérias publicadas é considerável, dada a repercussão dos fatos do dia anterior (G1: 49 / R7: 09). Na quarta-feira, dia 24/07/2013, o pontífice foi à cidade de Aparecida, em São Paulo, onde rezou missa no santuário da padroeira do Brasil e teve encontro com seminaristas. Depois, na volta ao Rio de Janeiro, inaugurou centro de atenção à saúde mental destinado a usuário de drogas. Em virtude desta agenda cheia, os dois portais marcaram o pico de publicações da semana (G1: 57 / R7: 26). No dia 25/07/2013, os sites registram os menores índices de atividade (G1: 23 / R7: 06), apesar da agenda papal ter sido intensa, com visita a comunidade da periferia do Rio de Janeiro e cerimônia de acolhida ao pontífice na Jornada Mundial da Juventude. O dia 26/07/2013 é marcado por uma recuperação do número de matérias publicadas (G1: 37 / R7: 11). A data foi marcada por encontro do papa com menores infratores em recuperação, oração do *Angelus* no Palácio do Governo e participação na via sacra na praia de Copacabana. No penúltimo dia de JMJ, 27/07/2013, o R7 mantém a mesma média de 11 matérias publicadas do dia anterior e o G1 apresenta uma queda, com 26 reportagens. Neste dia, o papa rezou missa na Catedral Metropolitana do Rio, teve encontro com representantes da sociedade civil e participou da abertura da vigília da JMJ. Já no último dia de evento, 28/07/2013, os dois portais aumentaram a produção de matérias referentes à despedida do pontífice, com a missão do envio e embarque (G1: 32 / R7: 18). (Ver Figura 3.1).

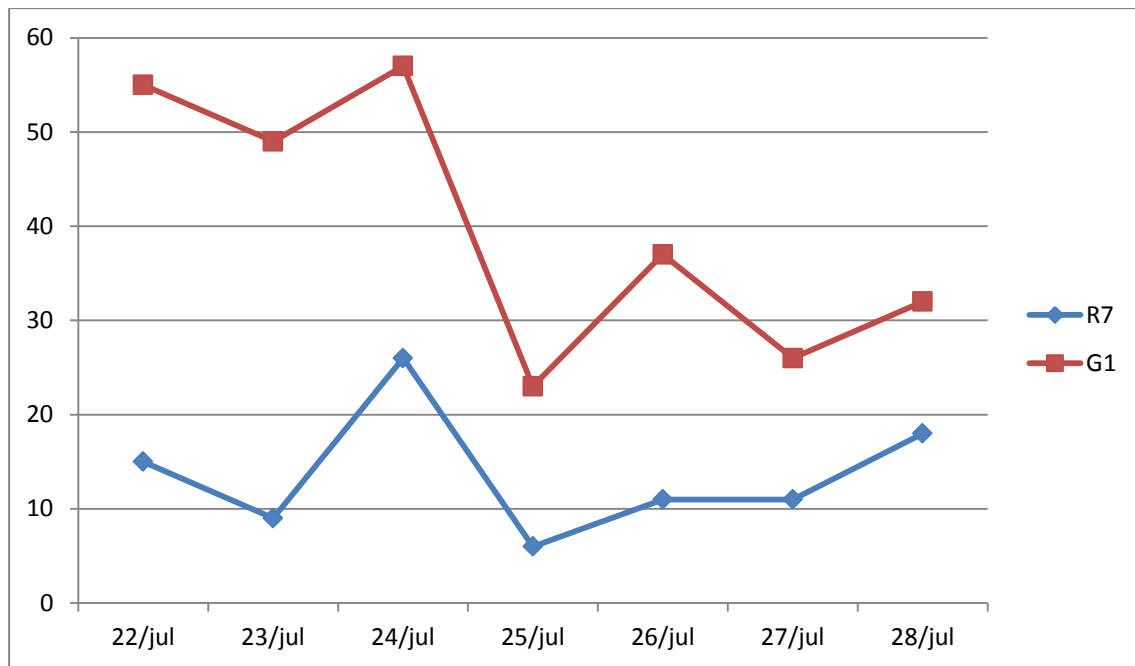


Figura 3.1 – Evolução do número de reportagens publicadas pelos portais G1 e R7 ao longo da semana que o Papa Francisco esteve no Brasil.

Isso leva a crer que o Grupo Record tratou a Jornada Mundial da Juventude e a visita do Papa como notícia. As reportagens vinculadas à cobertura do evento foram destacadas apenas por um *banner* com a frase “JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE. Veja a cobertura completa”, ilustrado com uma imagem do litoral do Rio de Janeiro, sem nenhuma alusão iconográfica à religião católica ou ao papa¹². Ao acessar este *banner*, o internauta é conduzido a uma página com a relação das reportagens publicadas sobre o tema em ordem cronológica, com a hora da postagem, título e intertítulo. Já as Organizações Globo (G1) destinaram um *hotsite* especial para hospedar toda a cobertura relacionada ao evento, investindo fortemente na multimedialidade. No conceito de Salaverría, trata-se de uma característica dos textos jornalísticos online e nada mais é que do que “(...) a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem.” (Salaverría, 2014: 30). Em alusão ao “novo” jornalismo inaugurado com a internet, Cardoso (2013) reforça esse caráter multimidiático dos meios.

“Os jornais não são de papel – nem feitos apenas de palavras escritas. Os jornais são feitos de todos os materiais e suportes tecnológicos que possam transportar signos e projectar o seu calor informacional. A articulação entre a palavra escrita e fotografia, infografia, vídeos, ou som, tem sido acelerada pelo elemento digital. Um jornal é um decodificador de um mundo dinâmico e interactivo do qual também faz parte. O

¹² Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/jornada-mundial-da-juventude?page=6>. Acesso em 05/09/15

jornal torna-se uma plataforma de mistura (e remistura) multimídia, onde o texto continua central mas já não é elemento absolutamente predominante.” (Cardoso et al., 2013: 360).

A *homepage* do site especial da JMJ do G1 apresentou não só reportagens em ordem cronológica da cobertura dos principais eventos, mas também publicou vários conteúdos extras, além de galeria de fotografias; infográficos; vídeos; canal para ouvir músicas religiosas; transcrição das homilias e discursos e blogs com especialistas religiosos e leigos que traduziram o significado das celebrações¹³.

“Nos acontecimentos midiáticos, a televisão raras vezes intervêm: suas interrupções só são para identificar a música interpretada ou o nome do chefe do protocolo. Respalda a definição do acontecimento por parte dos organizadores, explica o significado dos símbolos da celebração, só raras vezes intervêm por meio de análises e quase nunca com críticas”. (Dayan e Katz, 1995: 16).

O que Dayan e Katz analisaram para o acontecimento mediático televisivo, também pode ser aplicado no caso dos portais de notícias da internet, já que, no caso específico das Organizações Globo, todas as plataformas da empresa compartilharam o mesmo padrão estético, ideológico e editorial na cobertura do evento.

Em ambos os portais analisados, a maioria das reportagens foi ilustrada com fotografias, porém é necessário analisar a fonte do material para compreender o nível de envolvimento dos portais com o tema. Ambas as empresas utilizaram fotografias de agências de notícias (brasileiras e internacionais), profissionais autônomos, colaboradores, da própria divulgação do evento e também na reprodução de imagens feitas a partir de reportagens exibidas pelas emissoras de televisão dos respectivos grupos. A diferença está na produção de material pela própria equipe dos portais. Enquanto que no G1, algumas fotos foram feitas por profissionais da empresa, no R7 nota-se a ausência desse recurso, o que aponta um distanciamento no plano profissional.

Outro aspecto relevante é a presença de hipertextos, uma das características mais marcantes do webjornalismo. Segundo Pinho, o termo foi citado pela primeira vez nos anos de 1960 por Ted Nelson, a partir de um texto escrito por Vannevar Bush na década de 1940. O autor afirmava a importância de encontrar uma informação de modo não linear, utilizando recursos associativos como o pensamento humano. (Pinho, 2003: 50). Na definição de Pierre Levy, “hipertexto é um conjunto de nós ligados por conexões. Os nós podem ser palavras,

¹³ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/index.html>. Acesso em 05/09/15

páginas, imagens, gráficos ou partes de gráficos, sequências sonoras, documentos complexos que podem eles mesmos ser hipertextos.” (Lévy, 1993: 33). Sobre a questão abordada, nota-se um maior uso de recursos nas reportagens do G1, como por exemplo, a publicação no próprio corpo da matéria de vídeos, galerias de fotos e outros dispositivos, sem a necessidade do usuário acessar outra página para ter acesso ao conteúdo. Já no caso do R7, verifica-se o uso demasiado de hiperligações em frases e intertítulos sublinhados e em negrito ao longo do texto, incentivando o internauta a abrir novas páginas no momento da leitura. João Canavilhas, quando fala sobre a necessidade de uma gramática própria para a utilização adequada de mecanismos de hipertextualidade, alerta para o risco do exagero de ligações através de recursos gráficos.

“Considerando que as hiperligações são grafadas com uma cor diferente do texto normal, o leitor acaba por fazer uma paragem sempre que encontra uma mancha cromática diferente. Por outro lado, a concentração de hiperligações também não é positiva porque o leitor tenderá a clicar em cada uma delas, transformando a leitura num autêntico carrocel que dificulta a descodificação da mensagem.” (Canavilhas, 2014: 19).

Sobre a interatividade, outra forte característica do webjornalismo, Rost afirma que “(...) é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação nos conteúdos do meio. Insere-se nessas zonas de contacto entre jornalistas e leitores, que as tecnologias têm alargado e simplificado.” (Rost, 2014: 53).

Ambos os portais ofereceram, no corpo do texto, ferramentas de interatividade, como recursos para o compartilhamento das reportagens em redes sociais, como Facebook e Twitter, além da impressão do texto e o envio do mesmo por e-mail. Para Rost, esses mecanismos permitem o que Rost chama de interatividade seletiva. Segundo o autor, a interatividade seletiva “alude às possibilidades de controlo que tem o utilizador sobre o processo de receção dos conteúdos. Ou seja, em que medida o utilizador pode eleger o ritmo e a sequência das mensagens. Quantas mais opções de acesso aos conteúdos ofereça o meio, e quantas mais se ajustem às necessidades do utilizador, maior será o grau de interatividade seletiva.” (Rost, 2014: 56-57).

Em relação ao dispositivo para comentários, outro recurso de interatividade, o R7 não disponibiliza esse recurso em suas reportagens. Já o G1 oferece a possibilidade de comentar em todos os textos, incentivando a produção de conteúdo pelo próprio leitor. Rost classifica esse tipo de mecanismo como indutor da interatividade comunicativa.

“A interatividade comunicativa representa as possibilidades de comunicação e expressão que o utilizador tem entre os conteúdos do meio. Por meio destas opções interativas, o leitor procura dialogar, discutir, confrontar, apoiar e, de uma forma ou de outra, entabular uma relação com outros (comunicação). Em outras ocasiões, apenas pretende expressar uma opinião individual ou dar uma informação mas sem procurar deliberadamente uma resposta ou um contacto bidirecional ou multidirecional com outros indivíduos (expressão). Algumas modalidades interativas apontam mais para a comunicação e outras para a expressão individual, mas em ambos os casos o utilizador fornece um conteúdo.” (Rost, 2014: 58).

A grande participação dos internautas com comentários nas reportagens do G1 sobre a JMJ, independentemente do teor dos conteúdos, demonstra o quanto esses eventos mediáticos mobilizam as audiências. A vida cotidiana é interrompida pelas transmissões das cerimônias nas diversas plataformas comunicacionais e o público é convidado a fixar o olhar e os outros sentidos na cobertura dos meios, como uma espécie de hipnose coletiva. O grande fluxo de informações que surgem de todos os lados domina as relações sociais, o assunto vira tema nas rodas de conversas na família, entre amigos e no trabalho. Como disseram Dayan e Katz, os media *events* promover uma grande integração social através dos meios.

“As redes interpessoais e os processos de difusão estão ativados antes e depois do acontecimento, mobilizam a atenção até ele e encorajam uma intensa atividade hermenêutica sobre sua interpretação. Mas durante os momentos preliminares a totalidade e simultaneidade estão desacorrentadas, os organizadores e os emissores vibram no mesmo som, os canais concorrentes se fundem em um, os espectadores estão presentes ao mesmo tempo e em todo lugar. Todos os olhares estão fixados no centro cerimonial, através do qual cada célula nuclear se conecta com todas as demais. Assim se consegue uma integração social da ordem mais alta por meio da comunicação de massa.” (Dayan e Katz, 1995: 21).

3.2.2. A chegada do Papa

A primeira notícia publicada no dia 22/07/2013 foi pelo R7 aos vinte minutos do dia com a reportagem “Chegada do papa gera protestos e para trânsito no Rio”¹⁴. O G1 publicou a primeira matéria às 04h17 com o título “Papa Francisco deixa Roma em direção ao Rio”¹⁵. A última publicação do G1 relacionada à JMJ neste dia foi às 22h18, intitulada “Time de 'hermanos' lota o Centro do Rio em passagem do Papa argentino”¹⁶. Já o R7 encerrou a

¹⁴ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/chegada-do-papa-gera-protestos-e-para-transito-no-rio-22072013>. Acesso em 09/09/15

¹⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/papa-francisco-deixa-roma-em-direcao-ao-rio.html>. Acesso em 09/09/15

¹⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/time-de-hermanos-lota-o-centro-do-rio-em-passagem-do-papa-argentino.html>. Acesso em 09/09/15

cobertura do dia às 20h45 com a reportagem “Papa Francisco chega à casa onde ficará hospedado no Rio”¹⁷, com texto da agência brasileira Estadão Conteúdo.

De maneira geral, a cobertura do G1 valorizou aspectos positivos da JMJ com reforço do discurso e da hegemonia católicos em títulos como “Papa chega ao Brasil com dupla missão. Crescimento de evangélicos e dos sem religião ameaça hegemonia da Igreja Católica no país; desafio é maior no Rio de Janeiro”; “44,2% dos jovens entre 16 e 24 anos são católicos, diz Data Popular”; “Papa no Rio: 'Não trago nem ouro nem prata, mas o mais valioso, Jesus Cristo’”; “Papa Francisco diz no *Twitter* que semana no Rio será 'estupenda’”; e “No 1º dia, Papa passa por multidão e discursa: 'Cristo bota fé nos jovens’”. Em relação aos protestos e a segurança do papa, o G1 também deu espaço às notícias como “Confusão no trajeto chama a atenção para a segurança do Papa no Rio”; “Bomba caseira é encontrada dentro de banheiro no Santuário Nacional”; “Grupos promovem beijaço e mostram seios contra visita do Papa”; “Espero manifestações pacíficas', diz ministro da Justiça sobre atos no Rio”.

No R7, além da cobertura ordinária dos principais eventos do primeiro dia de jornada, alguns títulos também chamaram atenção, como “Sob ameaça de protesto durante festa ao papa, Palácio Guanabara amanhece com segurança reforçada”; “Peregrinos fazem "malabarismo" e contas para se manter”; “Papa enfrenta congestionamento no Rio”; “Bomba é encontrada na Basílica de Aparecida”; “Carro que faz a segurança do papa bate em veículo que fazia escolta no Rio”; “Polícia tira pessoas da rua para passagem do papamóvel”; “Não tenho ouro nem prata, mas trago o que mais precioso me foi dado: Jesus Cristo”, diz papa”; “Manifestantes promovem "beijaço" gay e vão para Palácio Guanabara”.

Numa análise preliminar é notável a diferença do tom da cobertura nos dois portais de notícias. As reportagens do primeiro dia indicaram com clareza como a linha editorial das duas empresas seria marcada no trabalho de apuração, redação e publicação dos fatos ao longo da semana, dando pistas importantes para a análise mais detalhada do conteúdo e da narrativa dos textos, assim como de outros recursos informativos presentes nas matérias.

Um assunto que merece uma comparação entre as abordagens dos dois portais de notícia é referente ao deslocamento do papa do aeroporto ao centro do Rio de Janeiro, após o desembarque no Aeroporto Internacional do Galeão. O pontífice foi recepcionado pela presidenta Dilma Roussef ainda na Base Aérea e, em seguida, circulou pelas ruas em carro blindado, mas com janelas abertas. Durante o percurso, o próprio papa pediu ao motorista que

¹⁷ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/papa-francisco-chega-a-casa-onde-ficara-hospedado-no-rio-22072013>. Acesso em 09/09/15

o trajeto planejado fosse alterado. Segundo a organização da JMJ, ele queria ter um contato maior com a população.

Na matéria do R7 (17h10), intitulada “Carro que faz a segurança do papa bate em veículo que fazia escolta no Rio”¹⁸, o destaque foi para o caos provocado no trânsito no momento em que a comitiva passava por uma das avenidas mais movimentadas do centro do Rio. A reportagem foi ilustrada com uma foto aérea feita a partir da reprodução de um vídeo da Rede Record de Televisão. A imagem com enquadramento bem aberto mostra a passagem da comitiva e uma multidão no entorno dos carros com a legenda “Centenas de pessoas cercam o carro do papa no Rio de Janeiro”. (Ver Figura 3.2).



Figura 3.2 – Carro do papa no Rio de Janeiro (R7 – Foto: Reprodução Rede Record)

No texto, novamente o destaque para o acidente, como “O deslocamento do papa foi marcado por quebras de protocolo e confusão no trânsito.”. Em seguida a possível justificativa para o grande aglomerado de pessoas nas frases “Desde que saiu do aeroporto, por volta das 16h15, o pontífice escolheu circular com a janela aberta. Ele se sentou no banco de trás de um carro prateado e acenou para o público pela linha Vermelha.”.

Em outra reportagem sobre o mesmo assunto, publicada às 17h38, com o título “Papa enfrenta congestionamento no Rio”, o portal R7 repete a mesma foto da reportagem citada anteriormente, mas com nova legenda “Papa enfrentou tumulto ao chegar ao País”. O texto é da agência de notícias Estadão Conteúdo e acentua novamente a dificuldade da passagem da comitiva. Nas frases “O carro que transporta o papa Francisco tinha dificuldade para avançar pela Avenida Presidente Vargas, perto do sambódromo, no centro do Rio, por conta da multidão de fiéis que tentava se aproximar do veículo.” e “O carro estava com a

¹⁸ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/carro-que-faz-a-seguranca-do-papa-bate-em-veiculo-que-fazia-escolta-no-rio-22072013>. Acesso em 14/09/15

janela aberta e o público queria tocar o papa.”, percebe-se uma diferença na abordagem na relação entre causa e efeito dos problemas do trânsito, justificando-os ao fato das pessoas quererem se aproximar do pontífice, o que denota o interesse da multidão em ver e tocar no papa. Isso se confirma nas frases seguintes do texto, como “A PM abriu um corredor para a passagem do papa e contou com a ajuda de voluntários. As primeiras pessoas formam uma espécie de “cerca humana”, lado a lado e de braços dados.” e “Animadas, as amigas Ana Maria Carvalho e Renilma Albino, ambas de 62 anos, aguardavam a chegada do papa Francisco à Catedral Metropolitana do Rio.”. Essa postura pode ser explicada pela presença da agência de notícia na produção do texto da reportagem, que não reforça o título e a legenda da foto. Essa suposta aura de imparcialidade é referida na obra de Paterson. “As agências noticiosas, na vontade de satisfazer todos os clientes, a toda instante, devem trabalhar mais arduamente que os clientes jornalistas, para criar a aparência de objetividade e neutralidade.” (Paterson, 2005: 152).¹⁹

Na reportagem publicada pelo G1 (19h48) com o título “No 1º dia, Papa passa por multidão e discursa: ‘Cristo bota fé nos jovens’”²⁰, o portal fez um resumo das atividades do dia desde a chegada do pontífice. Tanto no título quanto no subtítulo, “Papa foi recebido pela presidente Dilma Rousseff no Aeroporto do Galeão. Milhares acompanharam trajeto do papamóvel no Centro do Rio de Janeiro.”, as referências relacionadas à recepção do papa nas ruas dão um tom de celebração e euforia no encontro do pontífice com o povo brasileiro. O trecho que ressalta a passagem da comitiva papal pelas ruas do Rio de Janeiro recebeu o intertítulo “Calor humano”, o que demonstra a exaltação. A exemplo do R7, a primeira foto que ilustra essa parte da reportagem também é uma imagem aérea a partir da reprodução de um vídeo da GloboNews (canal de televisão por assinatura das Organizações Globo com conteúdo jornalístico), só que com enquadramento mais fechado em que é possível ver as pessoas se debruçando sobre o carro que transporta o papa, na clara tentativa de tocá-lo. A legenda da foto “Multidão cerca o carro do Papa Francisco no Rio” é praticamente igual à da foto do R7 sobre o mesmo assunto. (Ver Figura 3.3).

¹⁹ Tradução livre a partir do original em inglês

²⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/no-1-dia-papa-passa-por-multidao-e-discursa-cristo-bota-fe-nos-jovens.html>. Acesso em 14/09/15



Figura 3.3 – Carro no papa nas ruas do Rio de Janeiro (G1 - Foto: Reprodução GloboNews)

A segunda foto, de autoria de uma agência de notícia internacional, já traz um plano de maior proximidade e a legenda “Multidão cerca o papamóvel próximo à Catedral do Rio de Janeiro”. O fotógrafo está no meio da multidão e registra o momento da passagem do papamóvel pelas ruas. A imagem destaca os braços do povo que se lançam para o alto em direção ao papa e a figura do pontífice também de braços erguidos abençoando o povo. A análise nos revela a conexão entre os fiéis e o líder religioso a partir dessa relação. (Ver Figura 3.4).



Figura 3.4 – Papa desfila no papamóvel (G1 – Foto: Gabriel Bouys/AFP)

No texto, o portal relata cronologicamente o trajeto percorrido pelo papa desde o desembarque no aeroporto até a Catedral Metropolitana do Rio e, sem seguida, ao Teatro Municipal. Nas frases “Dezenas de pessoas acenavam durante o trajeto. O carro chegou a ficar detido em um congestionamento. O Papa manteve o vidro aberto, devolvendo as boas-vindas.”, a reportagem cita o problema do trânsito, mas relativiza o transtorno descrevendo na frase seguinte um comportamento amoroso e acolhedor do líder religioso. Em nenhum

momento, o texto cita o acidente entre um carro da segurança do papa e um veículo da escolta, como destacou o portal R7. Na frase “Próximo à catedral, o carro foi novamente cercado por uma multidão, mas o Papa continuou acenando com a janela aberta, protegido por seguranças.”, o G1 reforça esse caráter supostamente pacífico da manifestação popular e, mais uma vez, suaviza os problemas do trânsito.

A reportagem traz ainda um depoimento do porta-voz do Vaticano, padre Frederico Lombardi. Ele faz uma espécie de avaliação da segurança do papa nos trajetos urbanos em carro aberto, mas sem citar aspectos negativos ou possíveis riscos à integridade do pontífice. Nas frases “Segundo Lombardi, o Papa pediu menos segurança e gosta de ter contato com as pessoas, não de militarização. “Foi a primeira experiência, ele acabou de chegar. Vimos o entusiasmo das pessoas. Isso é algo novo, talvez uma lição para os próximos dias. Temos que achar a maneira correta”, disse, destacando o entusiasmo da população brasileira.”, é possível perceber esse enquadramento.

O texto que encerra esse trecho da reportagem ratifica, na visão do portal, o elemento humano da figura do papa e de sua relação com o povo. Nas frases “O primeiro desfile no veículo, sem proteção lateral, foi acompanhado por centenas de fiéis. Francisco foi aplaudido, fotografado e parou para beijar crianças. ‘Fiquei em êxtase. Esse era um sonho meu, eu já vim pra cá com essa intenção’, disse a mãe de uma delas, o menino Guilherme Mendes, de 2 anos, que foi abençoado com o sinal da cruz.”, a reportagem destaca sentimentos de emoção e reverência, comumente atribuídos a líderes religiosos. E como complemento a este discurso, a matéria traz ainda um vídeo de 23 segundos, extraído da cobertura que a Rede Globo fazia em direto do evento. Com a legenda “Papa Francisco desfila pelas ruas do Rio”, a narradora relata a passagem do pontífice a bordo do papamóvel e num trecho diz “Olha, vai beijar mais uma criança. Bonita essa imagem, né? Beijando uma criança e agora acenando pro outro lado da rua, na outra calçada”. Sobre esse envolvimento dos profissionais da imprensa na cobertura de cerimônias televisivas, Dayan e Katz chamam atenção para a redução do tom crítico da equipe. “Esses acontecimentos retransmitidos são apresentados com reverência e cerimonialidade. Os jornalistas que se ocupam deles suspendem suas atividades normalmente crítica e tratam o tema com respeito, inclusive com temor.” (Dayan e Katz, 1995: 16).

Em matéria publicada 24 minutos depois, às 20h12, o portal G1 mostrou um resumo mais detalhado da situação enfrentada pela comitiva no trânsito e chamou a atenção

para a segurança do pontífice. Com o título “Confusão no trajeto chama a atenção para a segurança do Papa no Rio”²¹ e subtítulo “Veículo que levava o pontífice foi envolvido pela multidão, no Centro. Prefeitura afirmou que trajeto foi modificado pela Polícia Federal.”, a matéria explicou as razões dos transtornos e seus desdobramentos ao longo do percurso do papa até à Catedral Metropolitana. Na frase “O Secretário de Transportes, Carlos Roberto Osório, disse que houve alterações no percurso por parte da Polícia Federal. Até a publicação desta reportagem, a Polícia Federal ainda não havia se pronunciado sobre o bloqueio das ruas, como mostrou o RJTV.” é possível verificar a tentativa de atribuição do problema a terceiros. Mas no parágrafo posterior, na frase “A decisão de passar primeiro pelo Centro antes do encontro com autoridades no Palácio Guanabara, nas Laranjeiras, na Zona Sul, foi um pedido do próprio pontífice, divulgado na última sexta-feira (19).”, a reportagem afirma que a mudança foi decisão do próprio papa, como o R7 também confirmou.

Algo que chamou a atenção foi o uso da palavra “envolvido” tanto no subtítulo quanto na frase “Quando o veículo chegou à Avenida Presidente Vargas, no Centro, pessoas que estavam à espera nas pistas começaram a se aproximar, já que não havia isolamento. O comboio diminuiu a velocidade e foi envolvido pela multidão.”, revelando uma atitude que expressa carinho e não violência e risco para a segurança do papa. E na frase “Uma mulher foi levada pelo segurança até a janela do carro e o Papa beijou a criança que estava no colo dela. Outros fiéis também conseguiram tocar no Santo Padre.”, fica ainda mais clara essa tentativa de desvio do foco do problema ou suavização da circunstância em função desse encontro entre o líder e a população. O uso da expressão Santo Padre, como sinônimo da palavra papa, também denota esse sentimento de reverência e respeito demonstrado pelo portal a Francisco. A referência ao acidente envolvendo um carro da comitiva e uma viatura da prefeitura foi expressa na frase “Quando dobrou em direção a Praça Tiradentes, ainda no Centro, o carro que liderava o comboio se chocou com o veículo da Guarda Municipal. Depois de 12 minutos, os carros seguiram em direção a Catedral Metropolitana.”, já no final do texto, sem nenhum destaque no título ou subtítulo, como sublinhou o R7.

A reportagem ainda contou com um vídeo de quatro minutos e 59 segundos de uma reportagem da Rede Globo sobre o assunto. No texto da matéria da televisão, aspectos contundentes sobre os transtornos no trânsito e a segurança do papa ficaram mais evidentes. Em frases como “os fiéis invadiram a pista...”; “não havia isolamento...”; “os agentes da

²¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/confusao-no-trajeto-chama-atencao-para-seguranca-do-papa-no-rio.html>. Acesso em 14/09/15

Polícia Federal tiveram muito trabalho para que o carro seguisse o trajeto...”; “...o veículo do pontífice ficou preso num engarrafamento, espremido entre a multidão que queria se aproximar do papa e uma fila de ônibus”; “a comitiva do papa levou doze minutos para percorrer 500 metros”; “com o papamóvel não houve imprevistos no deslocamento pelo centro, mas desta vez os peregrinos não conseguiram chegar perto do Santo Padre”, nota-se uma preocupação maior em relatar o fato com mais isenção, valorizando a notícia em si. Tanto que, após a exibição reportagem, o apresentador faz uma entrevista em estúdio com o comentarista da Rede Globo à época para assuntos na área da Segurança, Rodrigo Pimentel. Ele não poupou críticas ao poder público em relação aos erros cometidos na segurança do pontífice. Isto fica claro nas frases “...evidencia aí uma total falta de coordenação, Polícia Federal, Polícia Rodoviária Federal e Prefeitura do Rio de Janeiro”; “Sabiam do imprevisto do papa, sabiam da quebra do protocolo, mas isso realmente não estava previsto”. Editado com imagens aéreas e também realizadas na pista, o vídeo mostrou claramente a dificuldade da passagem da comitiva.

Ainda no primeiro dia de visita do Papa Francisco, outro tema que merece uma análise diz respeito aos protestos de movimentos sociais contra a presença do pontífice no Brasil, a Igreja Católica e o governo do Rio de Janeiro. No G1, a reportagem intitulada “Grupos promovem beijaço e mostram seios contra visita do Papa”²² com subtítulo “Mulheres criticaram catequização de índios e repressão sexual. Militantes de partidos políticos criticaram gastos com visita de Francisco.” revelou em texto e imagens a insatisfação dos manifestantes. Em frases como “Atrizes independentes e do grupo "Tá na Rua" fizeram intervenções contra investimentos públicos na visita do Papa e também criticaram o que classificam como opressão da Igreja Católica sobre temas como prazer e sexualidade.”; “As ativistas do movimento em defesa do direito dos homossexuais chegaram a ficar, em alguns momentos, com os seios de fora”; “Com instrumentos de percussão, elas encenaram um ato crítico à catequização dos índios e pediram um estado laico.”; “O manifestante João Pedro Accioly, de 19 anos, um dos organizadores do "Beijaço LGBT" e criador do evento no Facebook, conta que o objetivo é questionar a influência da Igreja Católica no estado. Para ele, questões como a legalização do aborto e direitos dos homossexuais são pouco discutidas por pressão de setores conservadores e religiosos.”; “Manifestantes queimaram uma boneco representando o governador Sergio Cabral, na Rua Pinheiro Machado, em Laranjeiras, na

²² Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/no-centro-grupos-promovem-beijaco-e-mostram-seios-contravisita-do-papa.html>. Acesso em 14/09/15

Zona Sul do Rio. Cerca de 20 jovens encapuzados participavam do protesto.”, o portal demonstrou uma cobertura imparcial, sem a presença de elementos que poderiam denotar a defesa da Igreja Católica no cenário das críticas. A reportagem foi estampada com cinco fotos, sendo que duas delas mostraram imagens das manifestantes com seios à mostra (Ver Figuras 3.5 e 3.6), outras duas revelaram homossexuais se beijando e a última trouxe um plano mais aberto dos manifestantes do Largo do Machado, um dos lugares de concentração do protesto. Um vídeo de 51 segundos também foi apresentado com uma performance de um grupo de mulheres seminuas, pintadas como se fossem índias, criticando a catequização dos indígenas. Elas dançavam ao som da canção “Volte para o seu lar”, do cantor Arnaldo Antunes. A música faz uma crítica à colonização portuguesa e à catequização dos índios brasileiros. Apesar do tom crítico e imparcial da reportagem, esta foi a única matéria publicada pelo portal sobre o assunto.



Figura 3.5 – Protesto no Rio (G1 - Foto: Gabriel Barreira/G1)



Figura 3.6 – Protesto no Rio (G1 – Foto: Gabriel Barreira/G1)

O R7 também abordou o tema, só que em duas publicações ao longo do dia. A primeira matéria com o título “Manifestantes promovem "beijaço" gay e vão para Palácio Guanabara”²³ foi publicada às 18h42. Um texto de apenas três parágrafos sem foto ou vídeo fez um relato breve da manifestação, nomeando os responsáveis pelo protesto (“O protesto pacífico reúne bandeiras do MST (Movimento Sem Terra), da Frente Revolucionária de Defesa do Direito dos Povos e de arco-íris, símbolo do movimento LGBT (lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros).”), mas sem revelar os motivos. A segunda reportagem sobre os protestos do dia, publicada às 19h02, trouxe o título “PMs impedem protesto até Palácio

²³ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/manifestantes-promovem-beijaco-gay-e-vaopara-palacio-guanabara-22072013>. Acesso em 14/09/15

Guanabara; boneco de Cabral é queimado”²⁴. No texto, novamente o portal acentua os personagens e o fato em si mas não explora as motivações do protesto. Apenas na frase “Os manifestantes queimaram um boneco do governador Sérgio Cabral e pedem investimento na saúde e na educação.”, isto fica mais claro. Porém, a presença de movimentos do direito dos homossexuais, por exemplo, não é justificada no texto da reportagem. Diferentemente da primeira matéria, esta tem a ilustração de uma montagem com duas fotos, uma referente ao boneco representando o governo do Rio que em seguida foi queimado, e outra de um prédio onde foi projetada a frase ‘Papa, cadê o Amarildo?’. (Ver Figura 3.7).



O texto faz alusão a um morador de uma favela do Rio que desapareceu após uma ação policial no local. A frase “O grupo também questiona "Cadê o Amarildo?", morador da Rocinha que desapareceu após abordagem policial.” explica minimamente o fato. Nenhuma das duas matérias do R7 sobre os protestos apresentou hiperligações para vídeos ou outras reportagens no texto das reportagens. A presença do nome do governador no título da matéria reforça o carácter crítico do texto por definir, claramente, o alvo do enunciado. Para Rodrigues, os nomes ocupam um lugar privilegiado nos títulos.

“É que a nomeação é o processo por excelência através do qual se estabelecem as relações de designação. Nomear consiste, de facto, em designar uma entidade particular, uma singularidade. Pela sua natureza distintiva, o nome designa a realidade única que indica; produz um efeito de real, reduzindo ao mínimo o jogo das significações e das manifestações. De entre os nomes, o nome próprio presta-se maravilhosamente a este efeito específico do real. Ao contrário do nome comum, que pressupõe sempre um processo de abstracção generalizante, o nome próprio dá imediatamente a ver o indivíduo que designa.” (Rodrigues, 1997: 108).

²⁴ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/pms-impedem-protesto-ate-palacio-guanabara-boneco-de-cabral-e-queimado-22072013>. Acesso em 14/09/15

Outro aspecto relevante no primeiro dia de cobertura foi a presença de um mesmo infográfico em 33% das reportagens do R7 publicadas na data. O material (Ver Figura 1) se refere a um quadro comparativo entre os eventos da JMJ realizados na Espanha (2011) e no Brasil (2013) no que diz respeito a custo; estimativa de público; protestos; proporção de católicos em cada país; e o trajeto planejado para o papa durante a visita.

Das quinze reportagens listadas na página referente à cobertura do R7, cinco estamparam o infográfico. Os números divulgados revelam aumento dos custos para a realização da JMJ no Brasil, redução do público participante (esperado), e menor população brasileira católica em relação à Espanha. Nem todos os dados traziam a fonte da informação, o que aumenta a suspeita sobre a veracidade e a intenção do discurso, claramente provocativo em relação ao evento e contexto religioso brasileiro.

O texto de introdução do infográfico relacionado a cada país comprova o enquadramento ideológico do texto. Frases como “Os espanhóis foram às ruas para questionar o profundo envolvimento entre o governo e a Igreja na organização do evento”; “Manifestantes entraram em confronto com católicos e pelo menos 11 pessoas ficaram feridas”; “Protestos contra os gastos para receber o papa, a corrupção e a defesa do Estado laico devem reunir milhares nas ruas da capital carioca”. (Ver Figura 3.8).



Figura 3.8 - Quadro comparativo da JMJ na Espanha e no Brasil/Portal R7

A reincidência do infográfico e o quadro comparativo do mesmo demonstram a crítica velada contra a Igreja Católica que o portal engendrou ao inaugurar a cobertura do evento no dia 22 de julho de 2013. Os aspectos econômicos, sociais e religiosos que compõem o conteúdo deixam claro o posicionamento da empresa. É possível perceber com clareza a influência da Igreja Universal do Reino de Deus na definição da linha editorial do portal, atuando como *gatekeeper*, como destaca Rebelo.

“Para além dos jornalistas, a instância *gate-keeper*, ou instância de regulação pode, por isso, incluir o conselho de administração da empresa, os principais acionistas, o diretor da publicação, os membros de um comité de programas, de um conselho de redação ou de uma sociedade de leitores (quando existam) e, até, grupos de pressão – políticos, econômicos, culturais, religiosos – que financiem, explícita ou discretamente, o órgão de comunicação social em causa”. (Rebelo, 2000: 36-37).

O mesmo vale para a Igreja Católica em relação ao G1, à medida que os temas são tratados de forma a exaltar a presença do líder católico, seu carisma e suas práticas, através de uma abordagem majoritariamente positiva em relação aos acontecimentos envolvendo o pontífice e uma nítida suavização dos problemas, críticas e incoerências da própria Igreja no panorama geral dos temas abordados.

3.2.3. É hora de visitar o Santuário de Aparecida

O terceiro dia de visita do Papa Francisco ao Brasil foi marcado por uma programação no Santuário de Nossa Senhora Aparecida, padroeira do país, na cidade de Aparecida, em São Paulo. Na manhã do dia 24 de julho de 2013, o pontífice seguiu do Rio de Janeiro para São Paulo para cumprir o segundo dia de agenda pública.²⁵

O portal R7 deu destaque ao evento ainda durante a madrugada da quarta-feira, chamando a atenção para a segurança do papa e o reforço do policiamento na cidade e no entorno do santuário. A preocupação se deu em função de uma bomba caseira encontrada três dias antes no banheiro de um dos estacionamentos da basílica e pela possibilidade da realização de novos protestos. O assunto estampou a manchete de cinco reportagens do dia com os seguintes títulos: “Após ameaça de bomba, papa chega a Aparecida protegido por

²⁵ No dia 23 de julho de 2013, o papa não teve compromissos públicos. Permaneceu o dia inteiro na residência oficial da Arquidiocese do Rio de Janeiro, onde ficou hospedado.

5.000 homens”²⁶; “Com medo de atentado durante missa do papa, policiais e soldados reforçam revista de fiéis”²⁷; “Cerca de 2.000 PMs estão preparados para a chegada do papa a Aparecida”²⁸; “Polícia bloqueia cartazes de protestos em Aparecida”²⁹ e “Sobe para 7.000 efetivo de agentes de segurança na visita do papa a Aparecida”³⁰. Proporcionalmente, o tema segurança do papa dominou 19,2% do conteúdo do dia. No G1, a preocupação com a segurança do pontífice também foi lembrada, mas em apenas três reportagens publicadas no dia, cujos títulos foram “Papa muda rotina de Aparecida e mobiliza 5 mil homens em segurança”³¹; “Basílica de Aparecida, em SP, recebe 'Big Brother' para visita do Papa”³² e “Em 3º dia, Papa celebra missa em Aparecida e visita hospital no Rio”³³. Nesta última reportagem, que fez um resumo das atividades do papa no dia, o assunto da segurança ocupou uma parte da matéria. Sendo assim, o tema correspondeu a 5,2% do total de matérias.

Além da diferença do número de reportagens sobre o tema há também uma divergência na abordagem do assunto entre os dois portais. O G1 centrou o foco no grande aparato de segurança disponível como garantia para a integridade do pontífice, como também a realização do trajeto planejado da comitiva na cidade e das atividades programadas. Já o R7, além de destacar o contingente policial e a tecnologia empregada, indicou que o esquema de segurança foi para evitar possíveis conflitos e atentados, fazendo referência ao episódio da bomba encontrada. Na tabela abaixo, selecionamos algumas frases que revelam essa problematização. Com tom muito mais dramático que o G1, o R7 destacou várias expressões que reforçaram essa visão. O portal do Grupo Record também se contradisse em dois momentos. Sem atualizar os textos anteriores, referiu diferentes números do contingente policial ao longo do dia e também apresentou duas versões sobre o possível aumento do efetivo em função da bomba encontrada no domingo. (Ver Quadro 3.2).

²⁶ Disponível em: <http://noticias.r7.com/sao-paulo/apos-ameaca-de-bomba-papa-chega-a-aparecida-protetido-por-5000-homens-24072013>. Acesso em 14/09/15

²⁷ Disponível em: <http://noticias.r7.com/sao-paulo/com-medo-de-atentado-durante-missa-do-papa-policiais-e-soldados-reforcaram-revista-de-fieis-24072013>. Acesso em 14/09/15

²⁸ Disponível em: <http://noticias.r7.com/sao-paulo/cerca-de-2000-pms-estao-preparados-para-a-chegada-do-papa-a-aparecida-24072013>. Acesso em 14/09/15

²⁹ Disponível em: <http://noticias.r7.com/sao-paulo/policia-bloqueia-cartazes-de-protestos-em-aparecida-24072013>. Acesso em 14/09/15

³⁰ Disponível em: <http://noticias.r7.com/sao-paulo/sobe-para-7000-efetivo-de-agentes-de-seguranca-na-visita-do-papa-a-aparecida-24072013>. Acesso em 14/09/15

³¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2013/07/papa-muda-rotina-de-aparecida-e-mobiliza-5-mil-homens-em-seguranca.html>. Acesso em 14/09/15

³² Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2013/07/basilica-de-aparecida-sp-recebe-big-brother-para-visita-do-papa.html>. Acesso em 14/09/15

³³ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/em-3-dia-papa-celebra-missa-em-aparecida-e-visita-hospital-no-rio.html>. Acesso em 14/09/15

INDICADORES	G1	R7
Contingente policial	<p>“Ao todo, <u>5 mil homens</u> farão a segurança do Papa em Aparecida, entre Exército, Marinha, Aeronáutica, Corpo de Bombeiros, Defesa Civil, Polícia Federal e Polícia Rodoviária Federal.”</p>	<p>“Cerca de <u>7.000 agentes</u> de forças de segurança, sendo 5.000 do Exército e 2.000 da PM (Polícia Militar), estão em Aparecida para atuar na segurança da cidade. Os números foram confirmados pela supervisão das Forças Armadas.”</p> <p>“Aproximadamente <u>5.000 agentes</u> de forças de segurança — Exército, Marinha, Aeronáutica, polícias Federal, Rodoviária Federal, Civil e Militar — vão trabalhar na segurança na cidade de Aparecida, no interior de São Paulo.”</p>
Ações táticas	<p>“Dentro de um dos <i>mirantes</i> da Basílica, a 16 andares de altura, equipes estão a postos para monitorar, com o auxílio de <i>mais de cem câmeras</i> de segurança, cada passo do pontífice e de quem o segue na peregrinação católica.”</p> <p>“Fiéis terão <i>bolsas e mochilas revistadas</i>, e passarão por <i>detectores de metal</i> para a entrada na Basílica e na área em que haverá a bênção do Papa.”</p> <p>“Nós temos imagens da cidade de Aparecida, do interior do complexo do santuário, imagens produzidas por uma ferramenta chamada olho da águia, disponível na aviação do Exército e no comando da Polícia Militar, ambas que estão dando condição de</p>	<p>“No <i>mirante</i> do santuário, a mais de 30 metros de altura, cerca de 40 agentes da PF (Polícia Federal) e integrantes da inteligência das Forças Armadas monitoram as ruas por meio de <i>cem câmeras</i>.”</p> <p>“...a PM atua de maneira complementar ao Exército, que está responsável pela revista com <i>detector de metais</i> dos 12 mil fiéis que vão assistir à missa na basílica.”</p> <p>“Por todos os cantos <i>soldados revistaram mochilas</i> e exigiram a identificação de quem se aproximava da basílica.”</p> <p>“De acordo com o Exército, até o <i>abastecimento de água está sendo monitorado</i>.”</p> <p>“...a Aeronáutica também vai</p>

	<p><i>acompanhar qualquer evento que ocorra', completa."</i></p> <p>"Todo o esquema de segurança foi desenvolvido em conjunto com a <i>Guarda Suíça do Vaticano</i>, que também acompanhará os deslocamentos do Papa."</p> <p>"Todas as vias por que passará o pontífice foram cercadas com grades e terão monitoramento de policiais."</p>	<p><i>controlar o espaço aéreo da região durante a passagem do papa pela basílica."</i></p> <p>"No ar, três helicópteros da PM e dois da Aeronáutica vão ajudar a <i>monitorar o fluxo de trânsito e a vigilância</i> no entorno da basílica."</p> <p>"Na entrada da cidade, <i>motoristas eram parados</i> e soldados <i>revistavam</i>, com a ajuda de espelhos, até a parte de baixo dos veículos."</p> <p>"<i>Até bairros pobres e afastados da região onde ficam os hotéis foram ocupados pelo Exército."</i></p>
Atentado à bomba	*sem referência ao tema	<p>"No domingo (21), durante ações de treinamento e simulação, uma <i>bomba caseira de grande porte foi encontrada</i> no banheiro de um estacionamento da basílica. Após o fato, o efetivo para a chegada do papa foi reforçado."</p> <p>"Segundo o capitão Antero Alves Baraldo, chefe da comunicação social da PM na região metropolitana, o número de policiais não aumentou por causa da <i>ameaça de bomba."</i></p>
Reação a protestos	<p>"...a Polícia Federal afirma que o serviço de inteligência já apura a possibilidade de manifestações, e que <i>só haverá intervenções policiais caso a segurança do Papa ou dos fiéis seja comprometida."</i></p>	<p>"De acordo com o tenente-coronel Marcos Vieira, que coordena a segurança do papa em São Paulo, <i>os protestos próximos a Francisco serão 'sufocados de imediato'.</i>"</p> <p>"...está sendo <i>vetado o ingresso de fiéis e peregrinos com cartazes ou bandeiras que possam "ofender a integridade do pontífice ou do</i></p>

		Brasil".
--	--	----------

Quadro 3.2. Quadro comparativo sobre tema da segurança na visita do Papa à Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7

Também propomos a análise das fotografias publicadas pelos portais G1 e R7 durante a visita do papa ao Santuário de Nossa Senhora Aparecida e os registros relativos a esta atividade. O recorte leva em conta apenas as fotografias registradas no santuário e em seu entorno, visto que a cobertura jornalística do dia também noticiou o deslocamento do pontífice do Rio de Janeiro à cidade paulista e atividades em outros locais de Aparecida. O material analisado foi destacado das galerias especiais de fotos publicadas pelos portais. No G1, com o título “FOTOS: Papa Francisco visita Aparecida”³⁴, e no R7, com o título “Papa Francisco visita Basílica de Aparecida; veja fotos”³⁵.

A começar por uma avaliação quantitativa, nota-se uma diferença considerável no número de fotos publicadas em cada portal. Enquanto que o G1 inseriu 42 fotos do santuário e seu entorno na galeria, o R7 publicou 11 fotografias. A análise também pode ser feita a partir dos elementos informativos encontrados nas fotografias, que compõem um novo texto sobre o acontecimento. Para Manini,

“(…) o modo como uma fotografia reúne informação é representando coisas, eventos e pessoas da maneira como eles foram e não através de símbolos convencionados, como acontece com o texto escrito ou a pintura. E não só a maneira de reunir informações é diferente, mas também a informação, apresentada pela imagem fotográfica, difere da mesma informação quando apresentada verbalmente. O dispositivo da imagem fotográfica é diferente do dispositivo do texto escrito.” (Manini, 2002: 70).

Para auxiliar na compreensão do texto imagético da visita do papa ao santuário de Aparecida, propomos a inclusão de alguns indicadores de análise na comparação entre os dois portais. O primeiro diz respeito à presença ou ausência do papa nas fotografias. Nessa comparação, é possível afirmar a diferença de enquadramento do texto visual a partir da decisão de selecionar fotografias com ou sem a figura do pontífice. No caso do G1, mais de 60% das fotos escolhidas para compor a galeria possuem a presença do líder religioso no quadro. Enquanto que no R7, o papa só aparece em menos de 27% do conteúdo publicado. (Ver Quadro 3.3).

³⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/fotos/2013/07/fotos-papa-francisco-visita-aparecida.html#F885558>. Acesso em 15/09/15

³⁵ Disponível em: <http://noticias.r7.com/sao-paulo/fotos/papa-francisco-visita-basilica-de-aparecida-veja-fotos-24072013#!/foto/1>. Acesso em 15/09/15

Indicador:	G1		R7	
	Nº	%	Nº	%
PAPA NA FOTOGRAFIA				
Sim	27	64,2%	03	27%
Não	15	35,8%	08	73%
Total	42	100%	11	100%

Quadro 3.3. Análise comparativa de fotografias da visita do papa ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7

As fotos que trazem a imagem do papa em alguma atividade no Santuário de Aparecida foram inversamente proporcionais no G1 e R7 em relação à presença dele do lado de dentro e de fora do templo. Uma das leituras possíveis para este fato é a negação que o R7 dá aos símbolos religiosos católicos, presentes em maior quantidade e significância dentro do santuário. Na única foto do papa dentro do templo, ele aparece segurando uma imagem da santa, que ganhou de presente do arcebispo Raymundo Damasceno. Se levarmos em conta a crítica à adoração de imagens de santos feita pelas igrejas protestantes, incluindo a Igreja Universal do Reino de Deus, pode-se intuir uma possível crítica velada a esta prática, comum na tradição católica. Já o G1 destinou quase 70% da galeria ao registro de imagens do papa no interior do templo, rezando a missa e visitando a capela onde fica a imagem original da santa. Isso demonstrou o interesse do portal em dar visibilidade ao ritual religioso e à principal atividade do pontífice em Aparecida, que foi a celebração eucarística. (Ver Quadro 3.4).

Indicador:	G1		R7	
	Nº	%	Nº	%
FOTOS COM O PAPA				
Desfile no papa móvel, beija criança	09	33,3%	02	66,6%
Papa dentro do Santuário	18	66,6%	01	33,3%
Total	27	100%	03	100%

Quadro 3.4. Análise comparativa de imagens imagem com a presença do papa nas fotografias da visita do pontífice ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7

Se o indicador for relativo às fotos em que o papa não aparece, a proporção é parecida entre os dois portais. (Ver Quadro 3.5). A diferença está no enquadramento e no conteúdo das fotos no contexto do acontecimento, que podem revelar a intenção dos portais em comunicar uma mensagem. A imagem do pontífice beijando crianças durante o trajeto feito a bordo do papamóvel é um exemplo de como os dois sites trataram esse tema de forma

diferente. O G1 apresentou uma foto em close, mostrando o papa e a criança em primeiro plano, onde é possível salientar o gesto de carinho para com o menino João Victor, de três anos. Já na foto do R7, a cena do beijo está em segundo plano, e se mistura com os demais elementos da imagem, não tendo o mesmo destaque. (Ver Figuras 3.9 e 3.10).



Figura 3.9 - Papa beija criança em Aparecida. (G1 - Foto: Stefano Rellandini/Reuters)



Figura 3.10 - Papa beija criança em Aparecida (Foto: R7 - Miguel Schincariol/Estadão Conteúdo)

Levando-se em conta que o principal fato do dia era a celebração de uma missa pelo papa no santuário de Aparecida, o R7 atribuiu mais de 70% do registro fotográfico para imagens sem referência a esse acontecimento e deu maior destaque às imagens dos fiéis fora do templo e em momentos que antecederam a cerimônia. Essa observação demonstra que os critérios de noticiabilidade não foram levados em conta, já que o fato jornalístico mais relevante não foi o destaque das publicações fotográficas. Um exemplo disso foi o uso de uma imagem em plano aberto pelo R7 em que o destaque é para uma grande quantidade de cadeiras vazias em frente ao santuário. (Ver Figura 3.11). No G1, a foto da multidão que ficou do lado de fora durante uma aparição do pontífice após a missa contrasta com a foto das cadeiras vazias do R7. (Ver Figura 3.12).

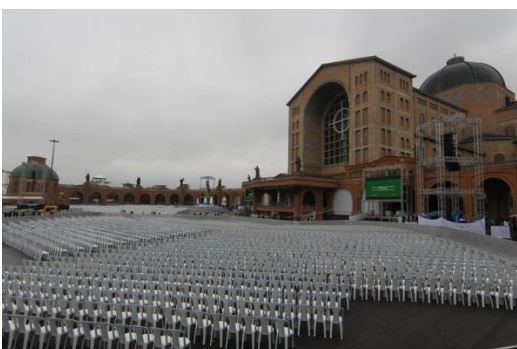


Figura 3.11 – Cadeiras para fiéis que vão acompanhar missa do papa fora do Santuário de Aparecida (R7 - Foto: Epitácio Pessoa/ Estadão Conteúdo)



Figura 3.12 – Fiéis acompanham aparição do papa no lado externo do Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Enric Martí/AP)

A questão da segurança, tão destacada na cobertura do R7 da visita do papa à Aparecida, foi apresentada na galeria do portal do Grupo Record por apenas uma foto. O mesmo aconteceu com o G1. A diferença está no enquadramento e na mensagem contida na imagem. A foto do G1 mostrou a passagem dos fiéis por um detector de metais, no acesso à basílica, com a legenda “Peregrinos passam por revista com detector de metais antes de entrar no Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida”, sem hiperligação para o texto. (Ver Figura 3.13). A foto do R7 explorou a figura de um agente do Exército em primeiro plano com fundo desfocado de transeuntes e a legenda “Cerca de 7.000 agentes de forças de segurança, sendo 5.000 do Exército e 2.000 da PM (Polícia Militar), estão em Aparecida para atuar na segurança da cidade. Os números foram confirmados pela supervisão das Forças Armadas.”. (Ver Figura 3.14). Além disso, incluiu a hiperligação “Leia mais” para o internauta acessar a matéria completa sobre o tema. Manini descreve sobre o uso e a função da legenda nas fotografias.

“Qualquer que seja a origem desta legenda original, sua intenção inicial é relacionar-se com a imagem fotográfica de modo especial, imprimir à mesma algumas características, identificá-la. É mais que ter um nome simplesmente, como um certo João ou uma certa Maria. A legenda de uma fotografia é condutora do olhar do espectador e pode refletir o seu conteúdo de maneira genérica, específica ou abstrata.” (Manini, 2002: 59).

A centralidade do tema abordado na foto do R7 explora o forte aparato de segurança utilizado durante a atividade do papa em Aparecida, apesar da imagem só apresentar apenas um agente do Exército. Apesar de ser um elemento único, representa pela farda todas as instituições militares presentes no evento e reforça o caráter bélico empregado no evento. Já o G1, além de mostrar a tecnologia empregada em prol da segurança do papa e dos fiéis em virtude de um possível atentado à bomba, traz mais elementos humanos na foto à medida que enquadra vários peregrinos na foto, não só policiais. (Ver Figuras 7 e 8).



Figura 3.13 – Fiéis passam por detector de metais na entrada do Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Marcio Fernandes/Estadão Conteúdo)



Figura 3.14 – Militar do Exército no Santuário de Aparecida (R7 - Foto: Rodrigo Dionisio / Frame / Estadão Conteúdo)

Outro fator interessante do ponto de vista da análise foi o uso e o não uso de fotos retratos na cobertura das imagens dos peregrinos que foram ver o papa e assistir à missa em Aparecida. O R7 apresentou a multidão e grupos de forma anônima, sem detalhes e sem closes, sem legendas que os identificassem. Na Figura 3.15, centenas de pessoas tentando se proteger da chuva e do frio, em posição de espera, com a legenda genérica “Segundo organizadores do evento, 200 mil pessoas são esperadas em Aparecida, no interior do Estado de São Paulo.”. A Figura 3.16 apresenta um grupo de onze peregrinos durante a madrugada. Nenhum deles foi identificado. Não é possível saber quem são e de onde vieram. A legenda, “Devotos passaram a madrugada desta quarta-feira (24) no Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, na cidade de Aparecida, no interior do Estado, à espera do papa Francisco”, só explica o motivo da permanência deles no local. As imagens revelam semblantes humanos sérios e indiferentes. Em nenhuma das duas fotos é possível ver fiéis sorrindo. A escolha das fotos pode estar relacionada à intenção do portal que faz uma leitura, se não negativa, neutra sobre o evento.



Figura 3.15 – Fiéis no lado externo do Santuário de Aparecida (R7 - Foto: Marcio Fernandes/Estadão Conteúdo)



Figura 3.16 – Fiéis passam a madrugada na rua à espera do papa em Aparecida (R7 - Foto: Lucas Lacaz Ruiz/Estadão Conteúdo)

O G1, além de mostrar fotos da multidão, também explorou histórias pessoais de fiéis e de grupos, apresentou fotos com peregrinos em primeiro plano, em que era possível ver suas reações e o envolvimento deles com a cerimônia. A Figura 3.17, com a legenda “Fiéis cantam e fazem orações enquanto acompanham, por telões do lado de fora, a missa celebrada por Francisco em Aparecida (SP)”, apesar de não trazer a identificação da mulher, captou a emoção da peregrina durante a missa. Já a Figura 3.18, com a legenda “As colombianas Mirian Lopez, de 25 anos, Naty Arissa, 74, e Angela Patricia Herrera, 29, estão hospedadas em Lorena desde o dia 19 de julho e vão ver um Papa pela primeira vez, em Aparecida”, registrou a reunião do grupo de estrangeiras em expressões que revelam alegria e contentamento. É possível verificar esse enfoque mais positivo em praticamente todas as fotos da galeria do G1, dando indicações de como o portal tratou a cerimônia do ponto de vista jornalístico. No G1, a figura do papa surge como um herói que apareceu para reunir os povos, trazer a redenção, aliviar as dores e os sofrimentos. Como lembram Dayan e Katz, ao se referir às telecerimônias.

“Graças à cooperação entre organizadores e radiodifusores, o acontecimento se apresenta com reverência cerimonial, em tons que expressam sacralidade e temor respeitoso. A mensagem é de reconciliação, e com ela se convida os participantes e as audiências a se unirem na superação de um conflito ou ao menos seu adiamento ou esfriamento. Quase todos os acontecimentos têm figuras heroicas em relação às quais se propõem iniciativas de reintegração da sociedade” (Dayan e Katz, 1995: 19).



Figura 3.17 – Mulher durante a missa do papa em Aparecida (G1 - Foto: Andre Penner/AP)



Figura 3.18 – Grupo de colombianos no Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Thaís Cavalcanti/G1)

Mesmo com esse tom nitidamente mais positivo, o G1 também apresentou fotos que suscitam a desordem no cenário da cerimônia religiosa, como imagens de duas pessoas que passaram mal no meio da multidão. Apesar da negatividade aparente, a imagem dos socorristas auxiliando as peregrinas sinaliza o pronto-atendimento às vítimas e demonstra o

cuidado da organização com esse tipo de ocorrência, o que pode reverter a leitura inicialmente negativa. Na Figura 3.19, por exemplo, são quatro socorristas devidamente identificados para atender uma só pessoa. Na Figura 3.20, são apenas dois socorristas.



Figura 3.19 – Mulher é socorrida depois de passar mal no Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Enric Marti/AP)



Figura 3.20 - Mulher é socorrida depois de passar mal no Santuário de Aparecida (G1 - Foto: Nacho Doce/Reuters)

Indicador:	G1		R7	
	Nº	%	Nº	%
PAPA SEM O PAPA				
Fiéis do lado externo do Santuário	09	60%	01	75%
Fachada do Santuário	03	20%	06	12,5%
Segurança / Emergência média	03	20%	01	12,5%
Total	15	100%	08	100%

Quadro 3.5. Análise comparativa de imagens sem a presença do papa nas fotografias da visita do pontífice ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7

Outro fator importante nesta análise diz respeito à autoria das fotos. Todas as fotografias do site do Grupo Record foram da agência Estadão Conteúdo. Já as imagens do G1, 66,6% foram de agências, 26,1% de fontes do próprio grupo (G1 e reprodução da GloboNews) e 7,1% de arquivos pessoais. Esse balanço nos ajuda a compreender o quanto o R7 terceirizou a cobertura fotográfica, demonstrando uma atuação mais discreta e menos onerosa do ponto de vista financeiro, o que pode ter parecido um certo distanciamento e pouco interesse pelo fato. Já as Organizações Globo aparentaram, nesse caso, um forte empenho na cobertura, deslocando equipes próprias de fotógrafos e também usando do serviço das agências.

Indicador:	G1		R7	
	Nº	%	Nº	%
AUTORIA DAS FOTOS				
Próprio portal	08	19%	-	-
Outro veículo do mesmo grupo de comunicação	03	7,1%	-	-
Agência de notícias	28	66,6%	11	100%
Arquivo pessoal / internautas	03	7,1%	-	-
Total	42	100%	11	100%

Quadro 3.6. Análise comparativa de imagens por autoria da visita do papa ao Santuário de Aparecida (24/07/13) nos portais G1 e R7

3.2.4. O papa na favela

Na manhã do dia 25 de julho de 2013 o papa Francisco visitou a favela da Varginha, no Complexo de Manguinhos, zona norte do Rio de Janeiro. A área abriga uma das 38 Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs), programa do Governo do Estado de combate ao tráfico de drogas a partir da presença de um aparato policial constante no lugar, além de outros serviços sociais. Manguinhos passou pelo processo de pacificação seis meses antes da visita do pontífice ao local. A instalação oficial da UPP no complexo de favelas ocorreu no dia 16 de janeiro de 2013.³⁶

A agenda teria sido um pedido pessoal do pontífice de visitar uma favela pouco conhecida. De acordo com reportagem publicada no site da Rádio Vaticano, o processo de escolha foi complexo. A partir de uma lista com 750 locais na periferia do Rio, Varginha foi selecionada por ser um lugar já pacificado e também por não estar em evidência nos media e nem ter sido visitado anteriormente pelo papa João Paulo II, em 1980. À época, o pontífice conheceu a favela do Vidigal, também no Rio.³⁷

Segundo o portal do Governo do Estado do Rio de Janeiro, em 1972, Varginha já tinha sido visita por Madre Teresa de Calcutá. Desde então, a área conta com o trabalho das Missionárias da Caridade, que atuam na evangelização das crianças e apoio às famílias. Varginha foi criada em 1941 e tem uma população de mais de 1.150 pessoas.³⁸

³⁶ Disponível em: <http://www.rj.gov.br/web/seseg/exibeconteudo?article-id=1349728>. Acesso em 16/09/15.

³⁷ Disponível em: http://br.radiovaticana.va/storico/2013/05/21/jmj_rio2013_visita_do_papa_%C3%A0_comunidade_de_varginha/bra-694077. Acesso em 16/09/15.

³⁸ Disponível em: <http://www.rj.gov.br/web/imprensa/exibeconteudo?article-id=1690551>. Acesso em 16/09/15.

A cobertura dos dois portais sobre a atividade do papa na favela da Varginha foi menor do que em outros eventos. Não por acaso, no dia 25 de julho de 2013, o número de matérias publicadas pelos dois sites foi o mais baixo em relação aos outros dias da semana. O G1 destacou três reportagens sobre a visita do papa à favela e o R7 apenas uma.

No G1, a primeira matéria sobre o assunto foi publicada às 11h58 com o título “Papa fala de corrupção e diz a jovens para 'não se acostumarem ao mal’”³⁹. A reportagem contém duas fotos, uma em plano fechado com o papa sorrindo de cabeça inclinada para baixo durante o discurso, captada a partir da reprodução de um vídeo da GloboNews (Ver Figura 3.21); e outra do pontífice sendo abraçado por uma criança no meio dos moradores, também a partir de uma reprodução da GloboNews (Ver Figura 3.22).



Figura 3.21 – Papa na favela (G1 – Foto: Reprodução Globo News)



Figura 3.22 – Papa na favela (G1 – Foto: Reprodução Globo News)

A reportagem deu um panorama geral da agenda do papa na favela e foi marcada principalmente por trechos da fala dele durante o evento. Inclusive, a matéria incluiu a reprodução do discurso completo do pontífice. A segunda reportagem sobre o assunto foi publicada às 13h05 com o título “‘Seja bem-vindo’, disse dona da casa que recebeu o Papa em Manguinhos”⁴⁰. Dessa vez, o destaque foi a visita que o papa fez a uma casa da favela, onde conversou com os residentes e distribuiu terços como presentes. A matéria estampa quatro fotos, três delas com retratos de mulheres (da dona da casa, de uma parenta da dona da casa e de uma amiga dela) exibindo os terços ganhos pelo papa e a última com a imagem em detalhe do terço ofertado. (Ver Figuras 3.23 e 3.24).

³⁹ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/papa-fala-de-corrupcao-e-diz-jovens-para-nao-se-acostumarem-ao-mal.html>. Acesso em 16/09/15.

⁴⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/seja-bem-vindo-disse-dona-da-casa-que-recebeu-o-papa-em-manguinhos.html>. Acesso em 16/09/15



Figura 3.23 – Mulher segura terço (G1 - Foto: Tahiane Stochero/G1)



Figura 3.24 – Mulher segura terço (G1 - (Foto: Perla Rodrigues/G1)

É possível também assistir a um vídeo de dois minutos e 38 segundos da transmissão em direto que a Rede Globo fazia no local no momento. No vídeo, a jornalista (em off) narra a passagem de Francisco no meio do povo e o momento em que ele entra na residência selecionada. O assunto também foi abordado na reportagem intitulada “No 4º dia, Papa visita favela, critica corrupção e pede mais solidariedade”⁴¹, publicada às 20h19. A matéria fez um resumo das atividades do papa no dia com menção à visita à Varginha. Nesse trecho, foram apresentadas citações do discurso do papa na favela, um vídeo de cinco minutos de 36 segundos de uma reportagem da Rede Globo com trechos da fala do pontífice e três fotos, duas delas já usadas na primeira reportagem publicada sobre o assunto.

O site do Grupo Record publicou apenas uma matéria sobre a visita do papa à Varginha, às 12h08. Com o título “Em discurso na favela, papa critica corrupção e destaca poder dos jovens: ‘não se acostumem ao mal’”⁴², a reportagem teve foco na fala do papa e usou três citações dele ao longo do texto. A única foto que estampou a matéria foi a do pontífice beijando uma criança quando circulava a bordo do papamóvel. (Ver Figura 3.25).

⁴¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/no-4-dia-papa-visita-favela-critica-corrupcao-e-pede-mais-solidariedade.html>. Acesso em 16/09/15

⁴² Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/em-discurso-na-favela-papa-critica-corrupcao-e-destaca-poder-dos-jovens-nao-se-acostumem-ao-mal-25072013>. Acesso em 16/09/15



Figura 3.25 – Papa na favela (R7). – Foto: Carlos Moraes/Ag. O Dia

Diferentemente de outras coberturas, a visita do papa à Varginha nos dois portais foi apresentada ao público essencialmente a partir das falas do pontífice no evento. A presença de citações do discurso dele ao longo do texto chama atenção para a necessidade dos dois sites de pontuarem, com veemência, a opinião do líder religioso sobre temas tão caros à sociedade brasileira como corrupção, solidariedade, violência e justiça social. Como lembra Rebelo, “ao trabalhar o espaço da citação o jornal celebra como que um pacto simbólico com o enunciador. Reporta-lhe o dito, mas mantém-lhe a identidade. Sabe-se quem disse o quê. E porquê.” (Rebelo, 2000, p.65).

Esse protagonismo do papa enquanto enunciador principal no texto da reportagem não foi comum ao longo da cobertura do R7 sobre a visita do pontífice ao Brasil. E é isso que nos chama atenção de imediato. As três falas do líder católico na matéria, apesar de serem direcionadas a problemas sociais e políticos do Brasil, também expressam a mística do pontificado de Francisco. Uma igreja voltada aos pobres e engajada com as lutas das comunidades. A figura do papa no texto também aparece com doçura e afeto, traços incomuns na construção do personagem ao longo das reportagens do R7. A frase “Cheio de sorrisos, o papa, como tem sido praxe, usou características do povo e linguajar brasileiro para brincar com a multidão que acompanha o discurso.” apoia essa hipótese.

Apesar disso, o que prevalece no texto é o aparente uso do poder do papa enquanto líder religioso para construir um discurso de crítica direta ao Governo do Estado do Rio de Janeiro. Rebelo chama isso de argumento de autoridade. “A apresentação tem de ser feita de modo a legitimar essa autoridade junto do público a quem o autor do texto se dirige.” (Rebelo, 2000: 93).

Isto fica mais claro ao analisar alguns trechos da reportagem, como por exemplo, em “O *aguardado* discurso do papa Francisco durante visita à comunidade de Varginha, zona norte do Rio, na manhã desta quinta-feira (25), se desenhou como um *recado direto* ao poder público.”; “O religioso *falou* em corrupção e *pediu* que a juventude não se ‘acostume ao

mal’.”; e “O discurso do papa *contra a corrupção* vem num momento delicado para o Brasil.”. No uso das palavras em itálico, nota-se um texto que exalta a figura do papa como interlocutor do discurso do próprio portal, aproveitando-se da importância do cargo que ele ocupa na sociedade.

O vínculo da fala do papa à crítica ao governo é confirmado numa hiperligação no meio da reportagem sobre os protestos ocorridos no primeiro dia da visita do pontífice contra o governo do Estado do Rio. As frases “Na segunda-feira (22), dia em que o papa chegou ao Rio, um protesto terminou em quebra-quebra nas imediações do Palácio Guanabara, em Laranjeiras, onde o religioso foi recepcionado pelo governador Sérgio Cabral, a presidente Dilma Rousseff e outras autoridades do Brasil” e “Manifestantes, que pediam a saída de Cabral do poder, queimaram um boneco do governador e criticaram também a atuação da Polícia Militar em eventos públicos e operações em comunidades.” retomam a discussão sobre o assunto e expõem esses problemas como se fosse o principal alvo das críticas do papa.

Uma das leituras possíveis desse episódio está no campo das forças políticas do Rio de Janeiro. Sergio Cabral (PMDB), então governador, estava no segundo mandato e não poderia se recandidatar ao Palácio Guanabara. Em 2013, ano da visita do papa, o cenário eleitoral para as próximas eleições ao Estado (2014) já começava a ser definido. Um dos principais adversários políticos de Cabral era o senador Marcelo Crivela (PRB), bispo licenciado da Igreja Universal do Reino de Deus e sobrinho de Edir Macedo, líder da IURD e presidente do Grupo Record. Ele tentou a disputa ao governo do Rio pela primeira vez em 2006 e ficou em terceiro lugar com 18,53% dos votos válidos no primeiro turno das eleições. O vencedor à época, em segundo turno, foi Sergio Cabral.⁴³ Em 2010, Crivela se reelegeu ao Senado Federal e manteve uma postura crítica em relação ao mandato do adversário. Em 2014, O senador iurdiano voltou a concorrer ao governo do estado e perdeu novamente. O candidato eleito foi Luiz Fernando Pezão (PMDB), então vice-governador, que assumiu o comando do Palácio Guanabara após renúncia de Sergio Cabral, seis meses antes das eleições. Na época, Cabral decidiu renunciar porque planejava disputar uma vaga ao Senado, mas acabou desistindo para obter apoio à eleição de Pezão. Diante desse quadro, fica claro o tom mais incisivo e direcionado das críticas ao governo do estado, através da manipulação das falas do papa presente na reportagem do R7.

No G1 não há vinculação direta entre o discurso do papa e questões de ordem político-eleitoral. O portal das Organizações Globo usou praticamente as mesmas citações

⁴³ Disponível em: <http://www.tse.jus.br/eleicoes/eleicoes-antiores/eleicoes-2006/resultado-da-eleicao-2006>. Acesso em 16/09/15

elencadas na reportagem do R7, mas sem fazer qualquer conexão com o Governo do Estado ou a Presidência da República. Os jornalistas fizeram a narração das atividades ocorridas durante a visita à favela dando destaque à fala do pontífice e a reação dos moradores que receberam o líder religioso em casa, cumprindo aparentemente a função informativa do fato jornalístico. O que aflorou na cobertura do G1 foi novamente a exaltação da figura do papa como líder carismático e redentor dos fiéis, principalmente quando o Brasil vive um contexto de crise para a Igreja Católica, com a queda do número de adeptos ao longo dos últimos 30 anos.

A promoção desse resgate foi a tônica da reportagem do G1 realizada com os moradores que receberam o papa Francisco em casa. A matriarca da família, Maria da Penha dos Santos, reforça em sua fala esse chamado feito pelo papa ao dizer "É emoção demais. Agora é uma imensa responsabilidade para mim agora. Terei que trabalhar mais pela comunidade" e "Isso me ensina a ser melhor como ser humano, na minha família, na comunidade, com meus amigos. Não foi à toa que ele entrou aqui". No depoimento, a dona de casa responde positivamente ao chamado do papa e demonstra felicidade e animação ao assumir esse compromisso com a igreja. Outra mulher, também presente da residência, disse à repórter "Foi lindo. Sou católica fervorosa, moro ao lado de uma igreja e nunca imaginei que iria ver um papa na minha vida". Nesse momento, ela reafirma valores católicos que, com a presença do papa, se tornaram ainda mais celebrados.

As fotos exibidas na matéria têm um elemento em comum, o terço mariano, instrumento de oração usado pelos católicos em devoção a Maria, mãe de Jesus. (Ver Figura 3.26). A devoção à Santa Maria é muito popular entre os brasileiros e os latino-americanos. No Documento de Puebla, resultado da III Conferência Geral do Conselho Episcopal Latino-americano (CELAM), realizada em 1979, a Igreja reforça a importância da devoção em Maria para os católicos do continente. "Maria e para ela (Igreja) motivo de alegria e fonte de inspiração por ser a estrela da Evangelização e a mãe dos povos da América Latina." (CELAM, 1979, n. 168). Sendo assim, o terço dado pelo papa aos moradores simboliza esse contrato de fidelidade entre os fiéis e a igreja, através da devoção mariana. É um mecanismo de renovação da mística religiosa católica, ainda muito presente na sociedade brasileira, mas ameaçada pelo crescimento do público evangélico.



Figura 3.26 – Terço ofertado pelo papa (G1 – Foto: Perla Rodrigues/G1)

Outro recurso que reforça esse discurso hegemônico da Igreja Católica na reportagem pode ser visto no vídeo da Rede Globo, disponível na reportagem do portal, que mostra a passagem do papa pelas ruas da comunidade de Varginha e a entrada dele na casa de Maria da Penha dos Santos. A jornalista narra esse encontro com emoção e entusiasmo. Em trechos como “Olha a comoção, a emoção dos moradores dessa comunidade carente do Rio de Janeiro ao receber o papa assim tão de pertinho”; “O Brasil que é o país com maior população de católicos do mundo.”; “É um clima de muita emoção. A gente ouve o clamor das pessoas e o papa Francisco muito à vontade, muito tranquilo entre os moradores.” e “Imagina a emoção dos moradores, dessa vez, que recebe o papa neste momento.”, fica nítido esse empenho da Globo em sobressaltar a figura do papa como elemento heroico na cena do fato. Com a ajuda dos media comprometidos, a Igreja Católica também passa seu recado aos fiéis de que, a partir daquele momento, a instituição passa a ser liderada por um pontífice humilde, engajado e comprometido com a vida dos menos favorecidos. Essa relação da Igreja com as populações marginalizadas economicamente e socialmente não faz parte apenas de um discurso doutrinário de opção preferencial pelos pobres. Integra também a estratégia de manutenção da hegemonia católica nos países do Eixo Sul, onde a instituição é mais presente e também onde estão os maiores bolsões de pobreza mundo. No caso do Brasil, 64% dos católicos ganham até dois salários mínimos por mês, de acordo com último censo demográfico realizado em 2010. (IBGE, 2010).

3.2..5. O papa e a cidade

A Jornada Mundial da Juventude alterou profundamente a rotina da cidade do Rio de Janeiro nos dias do evento. Com um público estimado de dois milhões de participantes, a

jornada causou impacto em quase todos os serviços públicos, como transporte, trânsito, segurança, etc. Ao longo da semana, ainda houve uma série de mudanças que não estava planejada, como o cancelamento da peregrinação, da vigília e da missa de encerramento da JMJ no Campo da Fé, no bairro de Guaratiba, zona oeste do Rio, por conta das chuvas que transformaram o terreno num lamaçal. A programação foi transferida às pressas para a praia de Copacabana, palco de outras atividades da jornada.

No dia 26 de julho de 2013, a cobertura dos portais G1 e R7 deu destaque a essas alterações e explorou o impacto das mudanças na vida do cidadão carioca, com críticas ao poder público e à própria organização da JMJ, além de uma avaliação sobre os investimentos e os prejuízos com o cancelamento das atividades em Guaratiba. Partindo desse foco, iremos centralizar a análise nas reportagens realizadas pelos dois portais neste dia específico, mostrando que as coberturas tiveram enfoques muito semelhantes, com informações de utilidade pública e críticas à organização.

É possível perceber um tom supostamente mais imparcial por parte do G1 nas reportagens feitas sobre o assunto. A reportagem que inaugura a cobertura do tema no dia foi “Copacabana tem mais um dia de interdições no trânsito para JMJ”⁴⁴, publicada às 05h45. Nesta matéria, o portal dá um panorama de como ficará o acesso ao bairro e o funcionamento do transporte público na região a partir da notícia da nova interdição da área para os eventos que iriam acontecer no Campo da Fé e foram transferidos pra Copacabana. Sem fotos, mas com a ilustração de dois infográficos, o G1 faz uma reportagem de utilidade pública mostrando a área isolada para o evento e dicas de circulação para moradores e participantes das atividades da JMJ. Apesar do foco da matéria ser o serviço, já no primeiro parágrafo, a frase “Os bloqueios acontecem desde segunda-feira (22) e causaram transtornos a moradores da região.” simboliza esse tom crítico à organização da JMJ.

No início da tarde, outra reportagem trata do mesmo tema, com o título “Moradores de Copacabana reclamam de falta de planejamento no trânsito”⁴⁵. A primeira frase do texto, “Desde o primeiro dia que o Papa Francisco chegou à cidade do Rio, moradores de Copacabana têm sofrido com o trânsito devido às interdições no bairro.”,

⁴⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/copacabana-tem-mais-um-dia-de-interdicoes-no-transito-para-jmj.html>. Acesso em 18/09/15

⁴⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/moradores-de-copacabana-reclamam-de-falta-de-planejamento-no-transito.html>. Acesso em 18/09/15

reforça a dificuldade de quem vive na região, apoiada pelo depoimento de três residentes da região. Os comentários são direcionados à organização do evento de maneira geral, mas sem atingir diretamente a Igreja Católica, como pode ser visto na fala da aposentada Doranita Alves de Jesus, quando ela diz “(...) Não tenho vida após o início da tarde. Todas as ruas ficam fechadas e começa o tumulto. Eu respeito muito o Papa e sei que ele não tem nada com isso, mas é uma falta de planejamento muito grande por parte da Prefeitura”. Mesma opinião da também aposentada Teresinha da Silva, que comenta “(...) É gente que não acaba mais. Talvez fosse uma boa ideia o evento ser dividido para outros bairros também”. Posição compartilhada pelo jornalista Marcio Marcelo Encarnação, ao dizer “(...) E quanto à organização, apesar de ter necessidade da interdição, precisa melhorar bastante”. A resposta do poder público veio na fala do prefeito do Rio de Janeiro, Eduardo Paes, que no dia concedeu uma entrevista coletiva à imprensa e pediu compreensão aos moradores, como pode ser comprovado na citação dele “Nós sabemos dos constrangimentos que isso gera para os moradores, faremos o possível para minimizar os efeitos da transferência para Copacabana.”

Em outra reportagem do G1 publicada no dia 26/07/13, com o título “‘Nota está mais perto de zero’, diz Paes sobre organização da JMJ”⁴⁶, o foco foi o pedido de desculpas do prefeito à população. Ele reconheceu falhas na organização e fez uma espécie de *mea culpa* do poder público em relação aos transtornos causados à cidade e aos cariocas. Assim como os moradores citados na matéria comentada anteriormente, o gestor também não apontou a Igreja Católica como corresponsável pelos problemas mencionados. Isto ficou claro numa fala dele citada na reportagem. Eduardo Paes diz “Quando não acontece a perfeição, eu não fico culpando ninguém, nem querendo dividir a responsabilidade. A organização não está bem” durante uma entrevista coletiva no dia.

Nesta mesma reportagem, o portal repetiu o pedido de compreensão feito pelo prefeito aos moradores do bairro e aos participantes da JMJ que enfrentaram dificuldades com os serviços de transporte na região. Na fala de Paes “Não há infraestrutura no mundo que receba 1,5 milhão de pessoas, e que as pessoas saiam juntas, que não vai ter fila. É inviável, impossível” citada na matéria, o foco é desviado para a própria natureza do evento, que reúne milhares de pessoas.

⁴⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/nota-esta-mais-perto-de-zero-diz-paes-sobre-organizacao-da-jmj.html>. Acesso em 18/09/15

O texto também levantou questões a respeito dos gastos do poder público com a infraestrutura do Campo da Fé, em Guaratiba, local onde seriam realizadas as atividades dos últimos dois dias da JMJ, mas que se tornou inviável após as chuvas. As frases “Paes voltou a lembrar que a presença do Papa é uma alegria para a cidade, e não pode ser resumida em gastos, e que a realização de parte dos eventos fora da Zona Sul da cidade, em áreas mais carentes, foi um pedido da Igreja Católica e da organização da JMJ” e “O prefeito também ressaltou que não houve gastos públicos no terreno de Guaratiba, apenas na infraestrutura do entorno” demonstram a tentativa de diminuir a responsabilidade do poder público não só pelos transtornos advindos da mudança do local como também pelos gastos que foram empregados numa área que não será mais utilizada. Além disso, a ausência de um contraponto no texto da reportagem, com uma opinião diferente da do prefeito, põe em dúvida a imparcialidade do portal. A resposta a essas inquietações só pôde ser vista numa outra reportagem publicada no mesmo dia pelo G1. Com o título “‘Pressa é inimiga da perfeição’, diz engenheiro sobre Campo da Fé”⁴⁷, a matéria traz a opinião de um engenheiro civil do Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia do Rio de Janeiro (CREA-RJ), a versão da igreja sobre a mudança de local dos eventos e também de moradores de Guaratiba.

O engenheiro que fez as críticas mais fundamentadas sobre a escolha da área que virou um lamaçal em Guaratiba foi convidado por um telejornal da Rede Globo para comentar o caso. As declarações dele foram a base para a produção da reportagem do G1. Na frase “faltaram estudos técnicos e hidrológicos que determinassem o que deveria ser feito para não acontecer o tipo de situação que provocou a mudança da agenda do papa para Copacabana. Ele disse acreditar que iniciaram as obras sem saber que tipo de solo encontrariam.”, o portal remete à fala do especialista numa crítica clara à organização do evento. Em vários trechos, a matéria ressalta os argumentos técnicos do engenheiro, como em citações do próprio engenheiro “O solo é de uma grande camada de argila mole, que tem que ter sua profundidade calculada antes do início de uma obra, disse o engenheiro” e “Para determinar uma solução, seria necessário um especialista em geotécnica. Acredito que não um profissional desse tipo não foi consultado, apesar de termos no Rio excelentes engenheiros”.

A reportagem também apresentou a versão da igreja para o problema. No trecho selecionado “‘Seria uma atitude irresponsável nossa manter a vigília ali”, afirmou Dom Paulo, que integra o comitê organizador do evento. Segundo ele, o Papa Francisco já foi informado

⁴⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/pressa-e-inimiga-da-perfeicao-diz-engenheiro-sobre-campo-da-fe.html>. Acesso em 18/09/15

sobre a decisão e está de acordo. Ele afirma que Guaratiba havia sido escolhida a pedido do próprio Papa, que preferia visitar um local mais carente. "Foi uma decisão difícil para nós, mas muito responsável", disse.", o representante da instituição não se responsabiliza pelo transtorno como também não faz críticas à prefeitura.

Já os moradores de Guaratiba que deram depoimentos para a reportagem são mais contundentes. Nas frases "Moradores e fiéis ouvidos pelo G1 dizem que a situação já era precária desde a semana passada e que a decisão poderia ter sido tomada com antecedência maior"; "Gastei R\$ 1,5 mil para comprar bebidas para vender para os peregrinos. Quem vai cobrir agora esse prejuízo?", afirma o morador Paulo Teixeira Felipe" e "Será péssimo para a imagem do Rio de Janeiro. Isso vai ser mostrado no mundo todo. É uma vergonha", diz Elton de Jesus, caseiro.", a insatisfação da comunidade emerge, mas sem relacionar o efeito com a possível causa do problema. Essa conexão só será percebida no vídeo que foi disponibilizado na reportagem, com entrevistas feitas com os moradores por um jornalista do G1. Um dos residentes faz a crítica ao dizer "Pra mim não fizeram nada porque tá tudo sem encascalhar. Tá tudo sem encascalhar, sem botar umas pedras. Só botou lá no lugarzinho do palanque mesmo. Eu acho isso um absurdo. Muito dinheiro rolou aí."

O R7, como já foi dito, também fez uma leitura crítica a respeito deste assunto, porém com menos elementos discursivos e ênfase, se comparada à cobertura do G1. No portal do Grupo Record, a primeira reportagem no contexto da mudança da programação para Copacabana foi publicada às 1h do dia 26 de julho de 2013, com título "Copacabana tem novo dia de bloqueios para Via Sacra com papa"⁴⁸ e a ilustração de uma foto aérea do palco montado na praia. A reportagem se limitou a descrever o fato e apresentou a programação do papa naquele dia. Além disso, trouxe uma série de dicas sobre o uso dos transportes públicos e os horários e locais de bloqueio na região em virtude das atividades. No meio do texto, o portal insere uma hiperligação na frase "Com a transferência da vigília de Guaratiba, na zona oeste, para Copacabana, a prefeitura deve anunciar por volta das 11h desta sexta o esquema especial para o fim de semana.", em que é possível acessar uma reportagem do dia anterior que trata do cancelamento das atividades no Campo da Fé, em Guaratiba. Aí sim é possível compreender melhor o fato e perceber um tom mais crítico sobre o relato da mudança. A reportagem "Terreno em Guaratiba vira lamaçal e missa e vigília são transferidas para Copacabana" destaca a situação do terreno, o desperdício da estrutura montada e a

⁴⁸ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/copacabana-tem-novo-dia-de-bloqueios-para-via-sacra-com-papa-26072013>. Acesso em 18/09/15

justificativa da prefeitura. Os trechos “A decisão foi tomada devido ao péssimo estado do terreno em Guaratiba, que se transformou em um lamaçal devido às constantes chuvas nos últimos dias” e “O mau tempo provocou o desperdício de uma estrutura grandiosa montada em Guaratiba. Um palco com 400 m² foi criado para acomodar 450 pessoas. Em volta do altar, 360 torres brancas foram erguidas em círculo, simbolizando torres góticas. A área total, incluindo o espaço de terra onde ficariam os peregrinos, possuía 1100 m², equivalente a quase três vezes o Vaticano” dão a dimensão do problema. Esses detalhes não foram apresentados pelas reportagens do G1, analisadas anteriormente. A questão dos prejuízos parece demonstrar uma crítica velada à Igreja Católica, porque ao fim da reportagem, o portal repete o infográfico que compara os gastos e outros dados da JMJ no Brasil e na Espanha, como foi referido na Figura 2.

Mas não é só a Igreja o alvo da crítica. Na reportagem “Prefeitura gasta R\$ 6 mi em obras em Guaratiba e fala em legado da JMJ ao Rio”, o R7 também aponta em detalhes os investimentos do município na região que acabou fora da programação da jornada. A frase “A Prefeitura do Rio de Janeiro gastou ao menos R\$ 6 milhões em obras na região de Guaratiba (zona oeste do Rio), onde eventos da JMJ (Jornada Mundial da Juventude) foram cancelados após terrenos virar lamaçal em razão das chuvas” indica a problemática, mas em seguida vem a explicação da prefeitura na frase “Por meio de nota, a administração municipal reiterou que não houve gasto público no terreno chamado Campus Fidei e afirmou que intervenções ficarão como legado da JMJ para a cidade”. O texto termina com uma questão sem resposta, quando o portal afirma “Já o trabalho da Secretaria de Conservação foi executado com o orçamento anual da pasta, não sendo possível quantificar pontualmente as ações realizadas.” A dúvida também é uma forma de dizer algo, quando põe em suspeita a informação dada ou a informação não divulgada pela fonte.

3.2.6. Entre protestos e críticas

O penúltimo dia de visita do papa Francisco ao Brasil foi marcado por uma série de atividades públicas. A agenda oficial do pontífice no dia 27 de julho de 2013, no Rio de Janeiro, contou com uma missa na catedral metropolitana; um encontro com políticos, artistas e representantes da sociedade civil no Teatro Municipal; e, por fim, uma participação no início da Vigília na praia de Copacabana. Além desses eventos, outros fatos também foram destaque na cobertura dos portais G1 e R7 no dia, como protestos e críticas à organização da JMJ. Nesse caso, o que chamou a atenção, não foram as diferenças de enquadramento que os

dois sites deram às mesmas questões, e sim, o fato de determinados assuntos de caráter mais negativo, do ponto de vista da Igreja Católica, terem sido abordados por um site e por outro não.

No caso do R7, os principais eventos do dia ganharam reportagens exclusivas. A missa realizada na catedral metropolitana para bispos e padres foi divulgada numa matéria que incluiu alguns pontos da homilia do religioso e também informações de serviço, como a agenda do pontífice para o resto do dia e o alerta para as mudanças no trânsito na região de Copacabana para os demais eventos. A reportagem intitulada “Papa Francisco critica ‘cultura da eficiência’ nas relações humanas”⁴⁹ contou com uma foto de detalhe do papa no momento da missa. A matéria sobre o encontro com a sociedade civil também foi simples, não contou com a ilustração de nenhuma foto. O portal relatou alguns trechos do discurso do sacerdote, com duas citações diretas, inclusive no próprio título “Papa defende ‘reabilitação da política’ e diálogo como solução para ‘protesto violento’”⁵⁰, e deu outras informações sobre o evento em si.

Nas duas reportagens relacionadas à Vigília, o maior evento do dia que reuniu três milhões de pessoas na Praia de Copacabana, segundo a prefeitura do Rio, o R7 também deu enfoque na descrição do fato, no discurso do papa e em informações de serviço. A diferença é que nestas duas matérias, o portal repetiu o mesmo infográfico sobre a comparação entre a JMJ do Brasil e da Espanha (Ver Figura 2).

A matéria “Papa percorre praia de Copacabana de papamóvel para participar do início da vigília da JMJ”⁵¹ mostrou a passagem do pontífice pela orla carioca a caminho do palco onde faria a abertura da vigília. A única foto que ilustra a reportagem foi uma imagem fechada do religioso no papamóvel acenando para o público, mas sem enquadrar a população. De acordo com a legenda, a foto foi repassada pela divulgação. O último parágrafo da matéria chamava a atenção para o público estimado para a última missa da jornada, marcada para o dia seguinte, com a frase “Está marcada para as 10h da manhã de domingo (28) a última missa da Jornada Mundial da Juventude, em Copacabana, que deve reunir até 3 milhões de pessoas, segundo estimativa da prefeitura”. O curioso é que a estimativa de público descrito

⁴⁹ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/papa-francisco-critica-cultura-da-eficiencia-nas-relacoes-humanas-27072013>. Acesso em 19/09/15

⁵⁰ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/papa-defende-reabilitacao-da-politica-e-dialogo-como-solucao-para-protesto-violento-27072013>. Acesso em 19/09/15

⁵¹ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/papa-percorre-praia-de-copacabana-de-papamovel-para-participar-do-inicio-da-vigilia-da-jmj-27072013>. Acesso em 19/09/15

no texto foi o dobro do número apresentado pelo próprio portal no infográfico também presente na reportagem. Segundo o quadro comparativo, a JMJ do Brasil iria receber 1,5 milhão de participantes, segundo a própria prefeitura; e 2,5 milhões pela estimativa da igreja. Essa contradição no próprio texto pode gerar um questionamento sobre a intenção do Grupo Record em minimizar ou confundir o leitor sobre a adesão dos católicos ao evento.

Na reportagem que trata da vigília em si, intitulada “Papa usa ‘futebolês’ para pedir que jovens joguem no ataque por futuro de amor e paz”⁵², o R7 repete a publicação do infográfico sem uma conexão direta com o texto apresentado. Novamente a contradição do número de participantes está presente. Logo no primeiro parágrafo, a frase “Diante de aproximadamente 3 milhões de pessoas, conforme cálculos da Prefeitura do Rio, o papa Francisco fez um discurso na praia de Copacabana, na zona sul do Rio, na noite deste sábado (27), em que citou as recentes manifestações como demonstrações de que os jovens buscam um mundo mais justo” demonstra essa incoerência. E diferentemente da reportagem analisada anteriormente, neste caso a foto escolhida para ilustrar a matéria dá destaque justamente à multidão que acompanha a vigília, o que se torna mais um elemento que não condiz com o número apresentado pelo infográfico.

A cobertura do R7 neste dia também deu destaque aos protestos ocorridos paralelamente aos eventos principais da JMJ. Um deles foi organizado por um grupo de feministas, que logo em seguida, de acordo com o portal, ganhou a adesão de críticos ao governador Sergio Cabral. O que nos remete à análise feita às reportagens do dia 25/07/13. É relevante notar que a matéria intitulada “Manifestantes contra Cabral se juntam à Marcha das Vadias em Copacabana”⁵³, mostrou um protesto que atinge diretamente a doutrina católica, por querer debater, entre outros pontos, tópicos que são um tabu para religiosos, como a legalização do aberto e o uso da camisinha. Além disso, a matéria incluiu uma hiperligação para uma galeria com doze fotos da manifestação. Só pela quantidade de fotos exibidas, é possível notar a diferença do tratamento dado aos eventos oficiais da jornada e os protestos que fazem o contra discurso da Igreja Católica. Outro aspecto a ser considerado é que a maioria das fotos foi capturada da rede social Facebook, em páginas de coletivos de mídia alternativos, como Mídia Ninja. Isso chama a atenção para o que alguns autores chamam de uma inversão da teoria do agendamento, como argumenta Lopes.

⁵² Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/papa-usa-futeboles-para-pedir-que-jovens-joguem-no-ataque-por-futuro-de-amor-e-paz-27072013>. Acesso em 19/09/15

⁵³ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/manifestantes-contracabral-se-juntam-a-marcha-das-vadias-em-copacabana-27072013>. Acesso em 19/09/15

“Com a incorporação da Web 2.0, às rotinas produtivas do jornalismo, perceberíamos uma inversão da hipótese do agendamento. À primeira vista, a hipótese de agendamento sofreria essa inversão à medida que os jornalistas são influenciados pelos assuntos que estão sendo debatidos pela sociedade, por meio das redes virtuais. A mídia estaria sendo pautada pelo que a sociedade veicula através das ferramentas disponibilizadas pelas redes sociais.” (Lopes, 2013: 797).

Ao acessar a hiperligação, a galeria apresentou um título provocativo, “Marcha das Vadias’ divide praia de Copacabana com peregrinos da JMJ”⁵⁴, ao condicionar aos manifestantes, em minoria, o poder de dividir o espaço da praia com os peregrinos, quando seria lógico pensar o contrário, apesar de se tratar de uma área pública. As fotos revelam tanto uma imagem geral do grupo e suas motivações em faixas e cartazes (Figura 3.27), como também detalhes dos próprios corpos dos manifestantes, onde habita literalmente o protesto (Figuras 3.29 e 3.30). O choque das imagens que põem no mesmo altar expressões do sagrado e o “profano” faz-nos acreditar que o R7 usou como critério para a escolha da notícia o que Traquina chamou de conflito ou controvérsia, que diz respeito a fatos onde há registro de “violência física ou simbólica” (Traquina, 2002: 192), ou seja, algo que saia do padrão da normalidade, principalmente se tratando do contexto religioso do evento em análise.

O texto informou que o protesto foi pacífico, mas uma das fotos (Figura 3.28) mostrou o pelotão da Força Nacional fazendo uma espécie de isolamento para impedir o avanço dos manifestantes na área onde a vigília acontecia. A imagem da polícia dividindo os peregrinos e os que foram para protestar, como se estivesse protegendo os primeiros, suscita a ideia de que a mão do Estado, apesar de laico, está a serviço de uma instituição religiosa. Como diz Pierucci, “as organizações religiosas em geral não sofrem (...) nenhuma discriminação negativa. Pelo contrário, gozam de situação legal francamente privilegiada; se há discriminação, é a favor, discriminação positiva...”. (Pierucci, 1996: 277).

Esse domínio da religião sobre as pessoas e o espaço, com seu caráter hegemônico e a proteção do Estado, é problematizado no argumento de Rosendahl. “É nesta poderosa estratégia geográfica de controle de pessoas e coisas, ampliando muitas vezes o controle sobre espaços, que a religião se estrutura enquanto instituição, criando territórios seus”. (Rosendahl, 2002: 59).

⁵⁴ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/fotos/marcha-das-vadias-divide-praia-de-copacabana-com-peregrinos-da-jmj-27072013#!/foto/1>. Acesso em 19/09/15



Figura 3.27 - Marcha das Vadias protesta em Copacabana (R7 - Foto: Reprodução Facebook / Mídia Ninja)



Figura 3.28 – Força Nacional de Segurança faz isolamento e impede avanço de manifestantes (R7 - Foto: Reprodução Facebook / Mídia Ninja)



Figura 3.29 - Mulher participa da Marcha das Vadias (R7 – Foto: Reprodução Facebook / Mídia Ninja)



Figura 3.30 – Mulher participa da Marcha das Vadias (R7 – Foto: AFP)

O G1 não fez referência à Marcha das Vadias durante a cobertura do dia 27 de julho de 2013. Nenhuma matéria listada na relação de matérias vinculadas à Jornada Mundial da Juventude citou o protesto. O que chama atenção novamente à influência do *gatekeeper* como elemento definidor do que merece e do que não merece virar notícia, como argumenta DeGeorge.

“A habilidade que têm os meios de comunicação para produzir alterações graças aos efeitos cognitivos pode ser atribuída ao constante processo de seleção realizado pelos gatekeepers nos meios de comunicação, que, em primeiro lugar, determinam que acontecimentos são jornalisticamente interessantes e quais não, atribuindo distintas relevâncias em variáveis como a extensão (de tempo e espaço), a

importância (tamanho da manchete, localização no jornal, frequência de aparição, posição no conjunto das notícias) e o grau de conflito (a maneira como se apresenta o material jornalístico) (...) Algumas notícias são tratadas detalhadamente, outras merecem uma supérflua atenção e outras são ignoradas (...). (DeGeorge, 1981: 219-220).

Neste dia, o portal das Organizações Globo deu destaque aos principais eventos que tiveram a presença do papa como a missa na catedral, o encontro com a sociedade civil e a participação na vigília em Copacabana. Porém, o G1 avançou na cobertura de vários fatos paralelos às atividades principais da JMJ e a situação dos peregrinos, o que demonstrou uma apuração equilibrada do ponto de vista jornalístico. Além da tônica nas cerimônias católicas, o portal mostrou a dificuldade dos participantes para receber os kits da vigília; a demora para a utilização dos banheiros; o grande número de furtos na orla de Copacabana e denúncia de crime ambiental envolvendo a empresa responsável pelo aterro do Campo da Fé, em Guaratiba.

Diante desse quadro de notícias, é notável o interesse das Organizações Globo em apontar o contraditório, favorecendo uma leitura mais plural dos fatos, como defende Sponholz ao caracterizar a exigência da imparcialidade no texto jornalístico.

“A exigência de neutralidade, imparcialidade ou pluralismo responde à necessidade de que o jornalismo seja o espaço em que diferentes segmentos sociais com posturas variadas e até mesmo contraditórias se encontrem para discutir os problemas que afetam a sociedade. Para que o jornalismo represente esta ágora, é preciso ser plural.” (Sponholz, 2003: 117).

Esse conteúdo mais crítico relacionado à JMJ esteve presente em pelo menos cinco reportagens do G1 no dia 27 de julho de 2013. A matéria intitulada “Peregrinos sofrem por banheiros na madrugada em Copacabana”⁵⁵, por exemplo, mostrou a dificuldade de acesso ao serviço para quem dormiu na praia. O trecho “Para evitar a ida ao banheiro, a religiosa não está tomando líquidos. O padre Adriano Andrade disse que o jeito está sendo ir no mar mesmo” descreve a dimensão do problema pelo qual os peregrinos passaram. Mesmo assim, no mesmo texto, a ideia de que todo sacrifício vale a pena para ver o papa e participar da jornada também está presente, como pode ser visto no trecho “‘Quando se tem fé, tudo fica fácil’, disse a funcionária pública Carla Santos. Eles trouxeram barracas e uma lona que salvou das horas de chuva na madrugada. Para ir ao banheiro, esperaram 3 horas e vão ficar

⁵⁵ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/peregrinos-sofrem-por-banheiros-na-madrugada-em-copacabana.html>. Acesso em 20/09/15

sem banho até segunda-feira (29), disseram ao G1.”. Além disso, todas as três fotos que ilustram a matéria dos peregrinos que deram depoimento à reportagem, os mesmos estão sorrindo, contrastando com a ideia de desconforto.

Outra reportagem que acentuou aspectos negativos da JMJ foi a matéria intitulada “A cada 10 minutos, delegacia registra um furto a peregrino em Copacabana”⁵⁶. Apesar de a criminalidade ser um drama social muito complexo, a notícia sobre a grande quantidade de furtos revela a ineficiência do aparato de segurança pública, um problema que atinge diretamente os participantes do evento. A reportagem contou a história de quatro peregrinos que foram vítimas de furto durante as atividades. O que chama a atenção é o tom otimista dos personagens, apesar da situação. Um dos peregrinos citados foi o administrador Maro Martins Santos, que diz “‘Vim para a Jornada Mundial da Juventude, mas esqueci que estava no Rio’, disse. ‘Mas nada disso abala a minha fé. A festa está bonita.’”. Outra pessoa ouvida pelo G1 foi a funcionária pública Jucilei Ferreira de Araújo. Ela informou que perdeu os documentos, dinheiro e cartão de crédito dentro do ônibus. Apesar do transtorno, a foto escolhida para estampar a reportagem é da peregrina sorrindo.

Neste dia, o G1 também retomou o caso do terreno em Guaratiba, onde seriam realizados os últimos eventos da JMJ. A matéria “Polícia e MP-RJ apuram denúncia de aterro clandestino no Campo da Fé” mostrou uma investigação sobre o uso de entulho de construção, plástico e até lixo hospitalar no aterro do Campo da Fé, além de estar situado numa área de preservação permanente. A reportagem ouviu uma promotora de Justiça e um delegado de Polícia que apontam as suspeitas de irregularidades, como pode ser constatado nas frases “‘Colocar o Papa para orar num aterro clandestino, aterrado com resíduos de construção civil em área de preservação permanente é uma situação muito crítica’, diz Monnerat (promotora)” e “‘Houve aterro, a priori, indevido com resto de obras. Também houve aterro até no manguezal, e esses elementos aí foram anexados ao inquérito, vamos chamar o representante legal da empresa para que ele preste os devidos esclarecimentos’, explicou o delegado José Fagundes de Rezende.”.

Nas falas atribuídas ao dono da empresa responsável e aos órgãos ambientais, a denúncia é infundada. No trecho “A companhia Vila Mar informou que cedeu o terreno à igreja e que possui todas as licenças ambientais em dia. Ainda de acordo com a empresa, a área de manguezal está preservada. Em nota, a Secretaria estadual do Ambiente também disse que o manguezal foi integralmente mantido. Já o Inea (Instituto Estadual do Ambiente)

⁵⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/cada-10-minutos-delegacia-registra-um-furto-peregrino-em-copacabana.html>. Acesso em 20/09/15

afirmou que não há irregularidades no processo de licenciamento”, comprova-se a presença do contraditório. Mas em nenhum momento um representante da Igreja Católica é ouvido. A instituição aparece como suposta vítima de uma possível irregularidade, apesar da obra do aterro ter sido de responsabilidade da própria igreja. Apesar da ausência da Igreja, a reportagem levantou a polêmica sobre o assunto, o que já seria considerado um aspecto positivo do ponto de vista da pluralidade jornalística.

Os problemas na logística de entrega dos kits da vigília também foram destaque na cobertura do G1. Em virtude da mudança de local da atividade, o esquema de distribuição dos alimentos aos peregrinos foi alvo de muitas reclamações. Na matéria “Mudança para Copacabana cria fila gigante para retirada do 'kit da vigília’”⁵⁷, o portal explora mais esse transtorno vivido pelos participantes. No trecho “A mudança de local de Guaratiba para Copacabana alterou a logística da distribuição dos kits, concentrou tudo em um único ponto e o resultado foi a formação de uma fila de espera de mais de duas horas sob chuva na manhã deste sábado (27).”, o G1 explicou a causa e o efeito do problema. Em seguida, relatou o caso de peregrinos e grupos que enfrentaram a longa fila, em citações como “Fomos surpreendidos com a desorganização da Jornada Mundial. A vontade é de voltar para casa.”; “Na segunda-feira eu fiquei cinco horas na fila para retirar o kit peregrino, e agora enfrento mais duas horas de fila.”; “Como este tipo de alimento vai nos sustentar? Não tem arroz, feijão e muitas outras coisas”; “Não é suficiente até o almoço de domingo, e não são alimentos saudáveis”. As falas dão o tom do aborrecimento dos peregrinos, apesar das fotos da maioria apresentar uma expressão de felicidade, novamente vista em sorrisos. Esse contraste com o próprio título da reportagem é o que Rodrigues caracteriza como um dos modos de articulação entre esses dois elementos. “Podemos facilmente distinguir três modos de articulação do material plástico da imagem com os títulos: o de reforço, o de complementaridade e o de contradição.” (Rodrigues, 1997: 113). Ao inferir a contradição no texto, o tom negativo sofre um processo de suavização, alinhando a narrativa à intenção do enunciador.

Nesse mesmo contexto da logística da entrega dos kits, o G1 publicou uma reportagem específica sobre a situação de um grupo de angolanos que sequer recebeu os alimentos. Na matéria “Angolanos dizem que erro na JMJ deixou grupo sem kit para vigília”⁵⁸, o portal mostrou a denúncia dos peregrinos africanos. Na fala de um dos jovens, o tom crítico ficou bem claro, como nos trechos “Eles nos disseram que não podiam fazer nada

⁵⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/mudanca-para-copacabana-cria-fila-gigante-para-retirada-do-kit-da-vigilia.html>. Acesso em 20/09/15

⁵⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/angolanos-dizem-que-erro-na-jmj-deixou-grupo-sem-kit-para-vigilia.html>. Acesso em 20/09/15

e viraram as costas. Esse tipo de tratamento não é correto. Nós pagamos caro para vir ao Brasil e para receber esses kits’, disse o angolano, que não quis revelar o valor, mas informou que o pacote pago por eles incluía a passagem aérea, hospedagem e todos os materiais aos quais os peregrinos inscritos tinham direito” e “Na outra jornada [de Madri, na Espanha], os kits eram entregues nos locais onde os peregrinos estavam hospedados. Não necessitava esse tipo de fila. Aqui no Brasil está tudo um transtorno. Nós vamos participar apenas de parte da vigília. Não vamos participar dela toda, porque estamos ficando sem dinheiro’, explicou Dias ao G1.”.

3.2.7. Adeus à JMJ

O último dia da Jornada Mundial da Juventude no Brasil, 28 de julho de 2013, foi marcado por três atividades principais, a missa de envio celebrada pelo papa em Copacabana; uma reunião entre o pontífice e a coordenação do Conselho Episcopal Latino-americano (CELAM); e um encontro com os voluntários da JMJ. A análise será focada no discurso dos portais G1 e R7 nesses eventos, o que foi destaque e o que foi suprimido na comparação entre a cobertura dos dois sites.

Os portais iniciaram a cobertura ainda de madrugada com informações de serviço relacionadas a trânsito, transporte e a programação do dia. As primeiras matérias sobre as atividades oficiais começaram a ser publicadas em seguida, com destaque para a última missa que o Papa Francisco rezou durante a jornada. Com a presença de autoridades políticas e milhares de religiosos, além de uma multidão estimada em três milhões de fiéis, a celebração simbolizava a despedida do papa no Brasil. No G1, a reportagem “Em missa, Francisco pede aos jovens que transmitam a experiência da JMJ”⁵⁹ deu um panorama geral da cerimônia, com trechos da homilia do papa, além de informações relacionadas à situação dos peregrinos, o esquema de trânsito e transporte para a evacuação da praia, entre outras. Trechos que reproduziram a fala do religioso, como “Não tenham medo de ir e levar Cristo para todos os ambientes”; “A experiência deste encontro não pode ficar trancafiada na vida de vocês ou no pequeno grupo da paróquia, do movimento, da comunidade de vocês. Seria como cortar o oxigênio a uma chama que arde”, mostram uma narrativa centralizada na convocação e motivação que o líder católico fez aos fiéis. A matéria também apresentou a transcrição do discurso completo que o pontífice fez durante a celebração, reforçando o caráter confessional

⁵⁹ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/em-missa-francisco-pede-aos-jovens-que-transmitam-experiencia-da-jmj.html>. Acesso em 20/09/15

do texto. Em relação às imagens, a reportagem do G1 foi ilustrada com várias fotos e um vídeo com a reprodução de um trecho da homilia.

Já a matéria do R7 sobre a missa, “Começa última missa do papa no Brasil com presença de Dilma e presidentes da Argentina e Bolívia”⁶⁰, trouxe apenas uma foto e, numa primeira parte, o relato jornalístico do evento com a descrição do fato, dos participantes e a programação do resto dia. Num segundo momento da reportagem, o texto faz uma espécie de resumo das supostas mensagens ditas pelo papa durante a MJM, com ênfase na conquista e reconquista de fiéis, entre eles os sem religião e os evangélicos. São ideias atribuídas ao papa em citações indiretas, sem referências temporal, espacial e de autoria. Como por exemplo, “No Brasil, Francisco convocou a Igreja a reconquistar os que se tornaram evangélicos ou que vivem sem Deus, buscando a simplicidade em atos e palavras e trabalhando em favelas e comunidades carentes para frear a sangria de fiéis” e “Assim como no Brasil, o país com mais católicos do mundo, no resto da região a Igreja católica perde espaço diante de um crescimento das igrejas neopentecostais e das pessoas sem religião”. Os trechos em questão tocam em assuntos polêmicos no atual cenário religioso brasileiro e, quando citados sem fontes, revelam a intenção do portal em divulgar com clareza uma opinião institucional. Sobre esse artifício do ponto de vista discursivo, Rebelo estabelece a diferença a citação e a intertextualidade.

“A citação supõe a existência de uma relação orgânica entre o enunciador e o enunciado por ele produzido. O enunciado insere-se, por conseguinte, numa estratégia prosseguida pelo enunciador. A intertextualidade, pelo contrário, supõe a inexistência de qualquer relação desse tipo, de qualquer intenção do enunciador ao produzir tal enunciado. E é essa ausência formal de intenção, essa ausência formal de estratégia, que legitima a separação, o corte realizado pelo jornal.” (Rebelo, 2000: 65).

Nas matérias sobre o encontro do papa com os bispos do CELAM é possível estabelecer uma diferença discursiva entre os dois portais apenas com a leitura dos títulos das reportagens que fazem referência ao evento. Na reunião, o papa fez a leitura de um discurso longo e complexo apontando que a Igreja Católica na América Latina precisa adotar urgentemente novos rumos, sendo mais acolhedora e missionária. O pontífice também faz uma série de críticas à postura do clero e ao trabalho pastoral no continente. Indicou caminhos

⁶⁰ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/comeca-ultima-missa-do-papa-no-brasil-com-presenca-de-dilma-e-presidentes-da-argentina-e-bolivianbsp-28072013>. Acesso em 20/09/15

a serem evitados e mostrou como deve ser a conduta da instituição no cenário atual, mediado pelas comunicações.

Na matéria do G1, o título escolhido foi “Papa diz que pastorais devem fugir do funcionalismo e focar na periferia”⁶¹. Já no R7, a reportagem foi intitulada “A bispos, Papa fala em atraso da Igreja na América Latina”⁶². Numa simples observação se estabelece um entendimento sobre o que é destaque num portal e em outro. Enquanto o G1 traz uma mensagem construtiva do papa aos bispos, indicando uma orientação missionária ao clero, a exigência de uma mudança de comportamento e uma sinalização positiva ao trabalho pastoral; o R7 dá visibilidade a uma crítica feita pela e para igreja, baseada na opinião do líder máximo da instituição. Ao assumir que o movimento pastoral na América Latina é atrasado. É o que Rodrigues chamou de um texto dentro do texto, ao se referir aos títulos jornalísticos.

“Os títulos da imprensa, graças ao próprio processo de figuração, constituem um verdadeiro texto dentro do texto. Fazem ao mesmo tempo ver e esconder o texto para que dirijem o olhar do leitor. São uma espécie de véu transparente. Em virtude da sua diafaneidade, tanto mostram o que escondem como escondem aquilo que dão ao ver.” (Rodrigues, 1997: 110).

Antes de voltar pra Roma, o papa divulgou o nome da cidade que vai acolher a próxima edição da JMJ, em 2016. O anúncio foi feito ao final da última missa celebrada pelo pontífice no Brasil. Cracóvia, na Polônia, foi o lugar escolhido. O R7 destinou uma reportagem sobre o tema com o título “JMJ de 2016 acontecerá na Polônia, anuncia papa Francisco”⁶³. Apesar do destaque, o assunto só foi desenvolvido nas três primeiras frases do texto, “O papa Francisco anunciou que a próxima JMJ (Jornada Mundial da Juventude) acontecerá na Cracóvia, cidade da Polônia, no ano de 2016. Cracóvia é a cidade natal do papa João Paulo 2º. O anúncio se deu ao final da missa celebrada em Copacabana neste domingo (28)”. O restante do texto não trouxe mais nenhum detalhe da notícia e citou outras atividades, como a própria missa, a passagem do pontífice a bordo do papamóvel pela praia de Copacabana e uma fala do arcebispo do Rio de Janeiro, Dom Orani Tempesta, na abertura da cerimônia. A foto que estampou a matéria foi a do papa no papamóvel.

⁶¹ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/papa-diz-que-pastorais-devem-fugir-do-funcionalismo-e-focar-na-periferia.html>. Acesso em 20/09/15

⁶² Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/a-bispos-papa-fala-em-atraso-da-igreja-na-america-latina-28072013>. Acesso em 20/09/15

⁶³ Disponível em: <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/jmj-de-2016-acontecera-na-polonia-anuncia-papa-francisco-28072013>. Acesso em 20/09/15

O G1 também deu destaque ao anúncio de Cracóvia. A diferença em relação ao R7 é que o portal das Organizações Globo explorou o tema como uma novidade realmente importante. O portal teria utilizado como critério de noticiabilidade o fator surpresa, incluído como um dos fatores para tornar um fato em notícia pelos autores Harcup e O'Neill no artigo em que fazem uma releitura dos critérios desenvolvidos por Galtung e Ruge. Para os autores, e são “histórias que têm um elemento de surpresa e / ou contraste” (Harcup e O'Neill, 2001, p. 279). A reportagem intitulada “Jornada Mundial da Juventude de 2016 será na Polônia, anuncia Papa”⁶⁴ mostrou no *lead* a informação básica relacionada ao anúncio. Porém, 46 minutos após a publicação da primeira notícia, o portal avançou numa segunda matéria sobre o tema, em que jovens poloneses que participam da JMJ do Rio deram depoimentos e expressaram o contentamento de receber no país de origem deles a próxima edição da jornada. Com o título “Cracóvia está pronta para receber a próxima Jornada’, diz fiel polonesa”, o G1 apresentou quatro fotos de grupos de poloneses e suas impressões sobre a notícia divulgada pelo papa. Com expressões de felicidade, os jovens poloneses aparentavam festejar o anúncio. Esse clima de comemoração foi expresso no texto, em frases como “os poloneses que acompanharam a Missa de Envio neste domingo (28), na praia de Copacabana, comemoraram muito”; “Cracóvia está pronta e vai melhorar ainda mais até 2016”; e “Recebemos vários eventos do Papa João Paulo II com mais de um milhão de pessoas. Nesta época do ano o clima é quente. Lá vai dar tudo certo”.

⁶⁴ Disponível em: <http://g1.globo.com/jornada-mundial-da-juventude/2013/noticia/2013/07/jornada-mundial-da-juventude-de-2016-sera-na-polonia-anuncia-papa.html>. Acesso em 20/09/15

CONCLUSÃO

A análise do discurso jornalístico dos portais G1 e R7, relativo à visita do Papa Francisco ao Brasil em 2013, permitiu aferir as principais hipóteses levantadas durante a investigação. O trabalho possibilitou o confronto entre as narrativas produzidas para divulgar a Jornada Mundial da Juventude num cenário mediático complexo, marcado por forte concorrência e a influência de instituições religiosas atuando como *gatekeeper* diretamente sobre as empresas de comunicação analisadas.

Constatou-se através da avaliação dos indicadores metodológicos utilizados uma forte relação entre as Organizações Globo e a Igreja Católica. O grupo de comunicação, através da Rede Globo, assumiu oficialmente a participação na JMJ com a distribuição do sinal de televisão para outras emissoras. Esse vínculo institucional também se concretizou nas outras plataformas de media da empresa e definiu uma intensa e exaustiva cobertura jornalística, em que os aspectos positivos do evento se sobressaíram sobre a totalidade dos assuntos divulgados.

A grande quantidade de reportagens publicadas a respeito da JMJ e a apresentação da cobertura num formato de site especial, o uso de muitas ferramentas multimidiáticas, aliados à narrativa condescendente à Igreja Católica e a supressão de assuntos relevantes no contexto da realização do evento, caracterizaram a cobertura do portal G1. Mesmo garantindo a publicação de reportagens neutras do ponto de vista jornalístico, o site das Organizações Globo reforçou o caráter hegemônico da Igreja Católica, ao destacar não só a figura do líder principal da instituição como um herói, mas também por dar ênfase aos símbolos e representações ritualísticas da instituição num clima de forte apelo emocional. Notou-se claramente a intenção de provocar um arrebatamento das audiências, induzindo-as ao entendimento e aceitação da mensagem religiosa.

Já o portal R7 operou na contramão do paradigma jornalístico adotado pelo G1. O site da Central Record de Comunicação apresentou, aparentemente, uma cobertura focada nos principais eventos da Jornada Mundial da Juventude e nos assuntos relacionados ao contexto do evento. Apesar da aparente neutralidade, foi possível perceber em vários elementos o distanciamento à figura do papa e dos símbolos e ritos católicos. O destaque se deu na perspectiva da negatividade, critério amplamente utilizado na seleção e produção das notícias.

Isto foi mais notável na cobertura dos protestos contra a própria Igreja Católica e também contra o Governo do Estado do Rio de Janeiro. Aí cabem duas interpretações possíveis já mencionadas na análise. Primeiro que o R7 opera em favor de uma instituição

religiosa (Igreja Universal do Reino de Deus) que, historicamente, estabeleceu um discurso agressivo contra outras doutrinas religiosas, como a católica e as de matriz africana. Segundo que, por interesses políticos relacionados aos negócios da Central Record e da IURD, o portal definiu como um dos alvos a atacar o então governador Sergio Cabral. Esse foco ficou muito claro na análise das reportagens do R7.

Além disso, a construção do discurso nos dois portais seguiu critérios nem sempre associados ao valor-notícia. A ausência de publicações relevantes no contexto do evento mediático, por exemplo, foi uma tônica nas duas coberturas. A supressão de temas, fatos, personagens e elementos discursivos importantes na construção da narrativa do evento e seus desdobramentos foi recorrente tanto no G1 quanto no R7.

Apesar do trabalho não ter a intenção de ser uma investigação acabada e completa sobre o tema, foi possível verificar na análise realizada elementos importantes, não só para perceber as diferenças e pontos de convergência entre a cobertura dos dois portais, mas também avaliar e refletir sobre o cenário mediático brasileiro no contexto religioso atual. O envolvimento dos media com denominações religiosas é um alerta para as audiências, quando estão em jogo a imparcialidade e a objetividade do discurso jornalístico e a isenção do jornalista no exercício de sua atividade profissional. Esse atravessamento de interesses, majoritariamente conflitantes, põe em risco a própria natureza do jornalismo enquanto leitor e mediador da realidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbano, F. (1990). Prefazione. In, L. Berzano, *Differenziazione e religione negli anni Ottanta*, Turim: Giappichelli.
- Barbier, M. (2005). “Por una definición de la laicidad francesa”. *Revue Le Debat*, nº 134, (online). Disponível em: www.libertadeslaicas.org.mx. Acesso em: 10 out. 2006.
- Bardin, L. (1979). Análise de Conteúdo. (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trad.). Lisboa: Edições 70. (Obra originalmente publicada em 1977).
- Barthes, R. (1990). O óbvio e o obtuso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Berger, P. (2003). O Dossel Sagrado. São Paulo: Paulus.
- Borelli, V. (2009). “Dispositivos entram em cena e fazem emergir uma religião midiaticizada”. Comunicação apresentada no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. (online). Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=36398>. Acesso em 08/12/2014.
- Bourdieu, P. (2003). Questões de sociologia. (M. S. Pereira, Trad.). Lisboa: Fim de Século (Obra originalmente publicada em 1984).
- Brasil. (1991). Lei Nº 8.389, de 30 de dezembro de 1991. Institui o Conselho de Comunicação Social, Art. 2º. Disponível em <http://www.senado.gov.br/atividade/conselho/atribuicoes.asp?s=CCS>. Acesso em 25/01/2014.
- Campos, L. S. (2009). “Mídia e religião no Brasil. Entrevista especial com Leonildo Silveira Campos”. (online). Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/entrevistas/28395-midia-e-religiao-no-brasil-entrevista-especial-com-leonildo-silveira-campos>. Acesso em: 21/01/2013.
- Canavilhas, J. (2014). Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In J. Canavilhas (Org.). *Webjornalismo. 7 características que marcam a diferença* (pp – 03-24). Covilhã: Livros LabCom.
- Cardoso, G. et.al (2013). Os Novos Jornais: A Imprensa Escrita, Tendências e Perspectivas. In G. Cardoso (Org.). *A Sociedade dos Ecrãs* (pp. 359-406). Lisboa: Tinta da China Edições.
- Capucho, C., et.al (2011). A construção da festa electrónica na visita de Bento XVI a Portugal. *Comunicação & Cultura*, N.º 11, pp. 95-114, Lisboa.
- Catroga, F. (2006). Entre deuses e césores: secularização, laicidade e religião civil. Coimbra: Almedina.
- Central Record de Comunicação. (2013). In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Central_Record_de_Comunica%C3%A7%C3%A3o&oldid=37761797>. Acesso em: 27 jan. 2014.
- Conferência Geral do Episcopado Latino-americano (CELAM). (1979). Documento de Puebla: texto conclusivo da III Conferência Geral do Episcopado Latino-americano e do Caribe. Disponível em: http://www.celam.org/doc_conferencias/Documento_Conclusivo_Puebla.pdf. Acesso em 16/09/15.

- Cunha, M. N. (2013). “A Jornada Mundial da Juventude e a visita do Papa Francisco ao Brasil: notas reflexivas sobre mídia, religião e política”. (online). Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/522360>. Acesso em 25/01/2014
- Dayan, D., KATZ, E. (1995). *La historia del directo: la retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DeGeorge, W. F. (1981). Conceptualization and measurement of audience agenda. *Mass Communication Review Yearbook*. Beverly Hills: Sage.
- Duarte, E. B.. (2000). *Fotos & Grafias*. São Leopoldo: Unisinos.
- Fantoni, F. J., & Borelli, V. (2013). “Religião Evangélica na Internet: Os Contratos de Leitura dos Portais das Igrejas Universal, da Graça e Assembléia de Deus”. Paper apresentado no XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – S. Cruz do Sul –RS – 30/05 a 01/06/2013. (online). Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-0654-1.pdf>. Acesso em 30/01/15.
- Fausto Neto, Antônio. (2008). “Fragmentos de uma analítica ‘da midiatização’”. *Revista Matrizes*. São Paulo: ECA/USP, Vol. 1, nº 2, 2008, pp. 89-105. (online). Disponível em: <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88/136>. Acesso em 08/12/2014
- Fiske, J. (1992). British Cultural Studies. In: R. Alíen (Ed.). *Channels of Discourse, Reassembled. Television and Contemporary Criticism*. Chapei Hill & London: The University of North Carolina Press, Second Edition, p. 284- 326.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London & New York, Routledge, *apud* Marino, P. (2001). *As noções de texto e discurso nos Estudos Culturais: Stuart Hall, David Morley e John Fiske..* Novos Olhares, 0(7), 21-30. (online). Disponível em <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2001.51350>. Acesso em 10/10/2013.
- Gellner, E. (1994). *Pós-modernismo, razão e religião*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Giumbelli, E. (2000). *O fim da religião: controvérsias acerca das “seitas” e da “liberdade religiosa” no Brasil e na França*. Tese de Doutorado em Antropologia Social, Museu Nacional, Rio de Janeiro, UFRJ.
- Hall, S. (1992). Recent developments in theories of language and ideology: a critical note”. *Culture, Media & Language*. London & New York, Routledge, 157-162, *apud* Marino, P. (2001). *As noções de texto e discurso nos Estudos Culturais: Stuart Hall, David Morley e John Fiske..* Novos Olhares, 0(7), 21-30. (online). Disponível em <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2001.51350>. Acesso em 10/10/2013.
- Harcup, T., O'Neill, D. (2001). What Is News? Galtung and Ruge revisited, *Journalism Studies*, 2:2, 261-280. (online). Disponível em: <http://didel.script.univ-paris-diderot.fr/claroline/backends/download.php?url=L1ZURTRfLV9NZWRpYXNfZXRfdGVycml0b2lyZS9oYXJjdXAxMC5wZGY%3D&cidReset=true&cidReq=M2GEOPRISME>. Acesso em 20/09/15.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (2010). *Censo Demográfico – Características da População*. (online). Disponível em: <http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nosso-povo/caracteristicas-da-populacao>. Acesso em 16/09/15.
- Jornada Mundial da Juventude. (2014). In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation. Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Jornada_Mundial_da_Juventude&oldid=37857454>. Acesso em: 27 jan. 2014.

Jungblut, A. (2010). O uso religioso da Internet no Brasil. *PLURA, Revista de Estudos de Religião/PLURA, Journal for the Study of Religion*, 1(1, Jul-Dez), 202-212.

Lemos, L. (2008). O poder do discurso na cultura digital: o caso Twitter. *Jornada Internacional de Estudos do Discurso*, 1.

Lévy, P. (1993). *As tecnologias da inteligência*. (Carlos Irineu da Costa, Trad.). Rio de Janeiro: Ed.34.

Lopes, G. C. (2013). “As redes sociais e os novos fluxos de agendamento: uma análise da cobertura da Al Jazeera sobre a Primavera Árabe”. *Palavra Chave* 16 (3), 789 - 811. Disponível em: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v16n3/v16n3a06.pdf>. Acesso em 19/09/15.

Luckmann, T. (1989). “Religião y condición social de la conciencia moderna”, in Vários Autores, *Razón, ética y política: el conflicto de las sociedades modernas*, Barcelona: Anthropos, pp. 87-108.

Manini, M. (2002). *Análise documentária de fotografias: um referencial de leitura e imagens fotográficas*. Tese de Doutorado. Escola de Comunicação e Artes, São Paulo, Universidade de São Paulo.

Marino, P. (2001). “As noções de texto e discurso nos Estudos Culturais: Stuart Hall, David Morley e John Fiske”. *Novos Olhares*, 0(7), 21-30. (online). Disponível em <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2001.51350>. Acesso em 10/10/2013.

Martelli, S. (1995). *A religião na sociedade pós-moderna: entre secularização e dessecularização*. São Paulo: Edições Paulinas.

Melo, P. V.. (2013). “Mídia e religião: muito além da cobertura da visita do Papa”. (online). Disponível em: <http://www.cartacapital.com.br/blogs/intervozes/midia-e-religiao-muito-alem-da-cobertura-da-visita-do-papa-6849.html>. Acesso em 23/01/2014.

Mesquita, M. (1997). “Retóricas da Comunicação: do jornalismo às teleconferências”. *INTERCOM – Rev. Bras. De Comunicação*, São Paulo, Vol. XX, Nº 2, pág. 65-83, jul. dez. 1997

Mesquita, M. (2011). “O tempo cerimonial na televisão ou a nostalgia programada”. *Caleidoscópio: Revista de Comunicação e Cultura*, 0(1). Disponível em: <http://revistas.ulusofona.pt/index.php/caleidoscopio/article/view/2188> Acesso em: 27/07/14.

Moreira, D. D. S. (2011). “Supermercado da Fé”: a religião ofertada como bem de consumo através da mídia secular”. Comunicação apresentada no *XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste* – São Paulo - SP – 12 a 14 de maio de 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0919-1.pdf>. Acesso em 18/12/2014

News.va. (2012). Os meios de comunicação na JMJ Rio 2013. (online). Disponível em: <http://www.news.va/pt/news/os-meios-de-comunicacao-na-jmj-rio-2013>. Acesso em 22/09/13

Organizações Globo. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2014. Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Organiza%C3%A7%C3%B5es_Globo&oldid=37982195>. Acesso em: 27 jan. 2014.

Organizações Globo. Princípios editoriais das Organizações Globo. Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <http://estatico.redeglobo.globo.com/2011/08/06/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.pdf>. Acesso em 2/01/2014.

Orlandi, E. P.. (1999). *Análise do discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes.

Paterson, C. (2005). News Agency Dominance in International News on the Internet. In: Skinner, D., James R., Compton e Gasher, M. *Converging Media, diverging politics: a political economy of news media in United States and Canada*, (pp - 145-165). Lanham, Lexington Books.

Peixoto, M. C. L. *et.al* (2008). “A religião na mídia laica: os cadernos especiais “Ano 2000, busca pela fé” e “Religião”, da Folha de S. Paulo”. *e-Com*, 2(2). Disponível em: <http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/view/516/294>. Acesso em 23/01/2013.

Pierucci, A. , Prandi, R. (1996). *A realidade social das religiões no Brasil*. São Paulo: Hucitec.

Pierucci, A. F. (1998). “Secularização em Max Weber: da contemporânea serventia de voltarmos a acessar aquele velho sentido”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 13(37), 43-73.

Pinho, J.B. (2003). *Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line*. São Paulo: Summus.

Ponte, C. (2004). *Leituras das notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte. *apud* Silva, G. (2005). “Para pensar critérios de noticiabilidade.” *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1). (online). Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5931/5402>. Acesso em 25/09/15.

Portal Universal. Mídias da Universal. Disponível em: <http://www.universal.org/institucional/midias-da-universal.html>. Acesso em: 23/04/2013.

Ranquetart, C. A. J. (2008). “Laicidade, laicismo e secularização: definindo e esclarecendo conceitos”. *Tempo da Ciência*. Vol. 15, Nº 30: 59-72, Toledo. Paraná.

Rebelo, J. (2000). *O Discurso do Jornal*. Lisboa: Editorial Notícias.

Rede Globo. Festival Promessas (Especiais). Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/especiais/festival-promessas/festival-promessas-formato.htm>. Acesso em 23/01/2014

Rede Globo. In: WIKIPÉDIA, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2014. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Rede_Globo&oldid=37997381>. Acesso em: 25 jan. 2014.

Rede Globo. Sagrado (Programa). Disponível em: <http://www.sagrado.org.br/>. Acesso 23/01/2014.

Rede Globo. Santa Missa (programa). Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/TVG/0,,TG2541-3914,00.html>. Acesso em 23/01/2014.

Rede Record. Programação. São Paulo, 2014. Disponível em: <http://rederecord.r7.com/programacao/>. Acesso em 27/01/2014.

Refkalefsky, E. (2006). *Comunicação e Posicionamento da Igreja Universal do Reino de Deus: um estudo de caso de marketing religioso*. Comunicação apresentada no *Intercom - XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação* – Universidade de Brasília, Brasília – 6 a 9 de setembro de 2006. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/107420392279310489246549936683599943576.pdf>.
Acesso em 18/12/14

Refkalefsky, E. (2005). “Estratégias de Comunicação da Igreja Universal do Reino de Deus, no Brasil, e dos Televangelistas nos EUA: um estudo comparado”. Comunicação apresentada no *II Colóquio Brasil-Estados Unidos de Ciências da Comunicação*, Setembro de 2005, Rio de Janeiro. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/58558771798262954517269761410346029462.pdf>. Acesso em: 19/12/14

Resende, F. (2007). “O discurso jornalístico contemporâneo: entre o velamento e a produção das diferenças”. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 14, p. 81-93, dez.

Rodrigues, A. D. (1997). *Estratégias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

Rosendahl, Z. (2002). *Espaço e religião: uma abordagem geográfica*. (2ª ed). Rio de Janeiro: EdUERJ.

Rost, A. (2014). Interatividade: Definições, estudos e tendências. (Ana Albuquerque, Trad.). In J. Canavilhas (Org.). *Webjornalismo. 7 características que marcam a diferença* (pp – 53-88). Covilhã: Livros LabCom.

Salaverría, R. (2014). Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. (Hélder Prior, Trad.). In J. Canavilhas (Org.). *Webjornalismo. 7 características que marcam a diferença* (pp – 25-52). Covilhã: Livros LabCom.

Santana, L. K. A. (2005). “Religião e Mercado: A Mídia Empresarial-Religiosa”. *Revista de Estudos da Religião*. Nº 1 / pp. 54-67. São Paulo..

Sbardelotto, M. (2010). Interações em Rituais Online: A Mídiatização do Fenômeno Religioso na Internet. Comunicação apresentada no *XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul (INTERCOM SUL)*. Novo Hamburgo - 17 a 19 de maio de 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-0599-1.pdf>. Acesso em 18/01/15.

Silva, G. (2005). “Para pensar critérios de noticiabilidade.” *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 2(1). (online). Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5931/5402>. Acesso em 25/09/15.

Silva, V. G. (2007). “Neopentecostalismo e religiões afro-brasileiras: Significados do ataque aos símbolos da herança religiosa africana no Brasil contemporâneo”. *Mana*, 13(1), 207-236. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132007000100008&lng=en&tlng=pt. 10.1590/S0104-93132007000100008. Acesso em 28/09/15.

Sousa, J. P. (2005). *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas.

Sponholz, L. (2003). “Objetividade em Jornalismo: uma perspectiva da teoria do conhecimento”. *Revista Famecos*, nº 21, p. 110-120.

Tadvald, M. (2014). “Ciberespaços para a crítica: Difusão e imagens da Igreja Universal pelo ciberespaço latino-americano”. *Revista Brasileira de História das Religiões*, 7(20), 103-117. Disponível em: <http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/RbhrAnpuh/article/view/25131>. Acesso em 18/01/15.

Thompson, J. R. (1998). *A mídia e a modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.

Torres, E. C. (2006). Revalidar a Teoria dos Media Events. In R. Espanha e G. Cardoso (Org.). *Comunicação e Jornalismo na Era da Informação*. Porto: Campo das Letras.

Traquina, N. (1988). “As Notícias”. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 8: 29-40 *apud* Sousa, J. P. (2005). *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas.

Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Lisboa: Quimera Editores.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. V. 1. 2ª. ed. Florianópolis: Insular.


Van Dijk, T. A. (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura e producción de la información*. Barcelona: Paidós. *apud* Sousa, J. P. (2005). *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas.


Wolf, M. (1987). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Presença. *apud* Sousa, J. P. (2005). *Elementos de Jornalismo Impresso*. Florianópolis: Letras Contemporâneas


CV

INFORMAÇÃO PESSOAL

José Reginaldo Aguiar

 Rua Professor Mira Fernandes Nº 04 - Apto 1º eq. Olaias, 1900-385 Lisboa (Portugal)

 (+351) 926 517 013

 reginaldoaguiar1@gmail.com

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

01/2012–08/2013

Coordenador da Assessoria de Comunicação

UNILAB - Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira, Redenção (Brasil)

- planejamento, execução e avaliação das atividades de comunicação da Universidade voltadas aos públicos interno e externo;
- gestão da equipe da Assessoria de Comunicação;
- redação de textos e fotografia; atualização do site, *Facebook* e *Twitter* institucionais;
- produção de newsletter; redação de boletim informativo (impresso e online);
- fiscal do contrato de serviços gráficos;
- elaboração de roteiro de cerimonial, apresentação e organização de eventos;
- atendimento à imprensa (local, nacional e internacional);
- edição, redação e coordenação editorial do livro-memória de cinco anos de implantação da Universidade.

08/2011–07/2013

Docente de Ensino Superior

Faculdade Cearense (Fac), Fortaleza (Brasil)

- docente da disciplina de "Laboratório de Jornalismo em TV" do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo;
- orientação de monografias e documentários dos alunos, como trabalhos de conclusão de curso.

10/2005–10/2011

Editor-chefe e Apresentador de Telejornal

TV Jangadeiro, Fortaleza (Brasil)

- apresentador e editor-chefe de telejornal;
- coordenador e editor de texto do Núcleo de Reportagens Especiais;
- diretor de programas especiais (eleições);
- coordenador do Núcleo de Convergência e Criação (soluções de formatos e conteúdos para os diversos produtos do sistema de comunicação: TV, rádio e internet).

08/2008–12/2008

Docente do Ensino Superior

Faculdade Integrada da Grande Fortaleza – FGF, Fortaleza (Brasil)

- docente da Disciplina de "Técnicas de Telejornalismo" do Curso de Jornalismo;
- orientação de monografias de conclusão do curso.

05/2003–09/2005 **Repórter e Apresentador Substituto**

TV Verdes Mares, Fortaleza (Brasil)

- repórter de telejornal;
- apresentador substituto de telejornal

11/1997–04/2003 **Repórter, Produtor e Editor de Texto**

TV Jangadeiro, Fortaleza (Brasil)

- repórter de telejornal e programas especiais;
- produtor e editor de texto de programas especiais;
- apresentador de telejornal e programas especiais.

1997–1997 **Repórter**

TV Cidade, Fortaleza (Brasil)

- repórter de telejornal

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

09/2013–10/2015 **Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação**

ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa (Portugal)

02/2015–06/2015 **Intercâmbio Erasmus - Nível: Mestrado**

Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra (Espanha)

02/2009–07/2010 **Especialização em Gerência Executiva de Marketing**

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza (Brasil)

1993–2008 **Bacharelado em Comunicação Social - Habilitação Jornalismo**

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza (Brasil)

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

Língua materna português

Outras línguas

	COMPREENDER		FALAR		ESCREVER
	Compreensão oral	Leitura	Interação oral	Produção oral	
espanhol	B1	B1	B1	B1	B1
inglês	A2	A2	B1	B1	B1

Níveis: A1 e A2: Utilizador básico - B1 e B2: Utilizador independente - C1 e C2: Utilizador avançado
[Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas](#)