

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

MAURÍCIO JANCOWSKI BOFF

O ADEUS A JOÃO DE DEUS

**O mito, o espetáculo e o acontecimento midiático na cobertura da
morte e funeral do papa João Paulo II pela mídia impressa brasileira**

Porto Alegre

2005

MAURÍCIO JANCOWSKI BOFF

O ADEUS A JOÃO DE DEUS

O mito, o espetáculo e o acontecimento midiático na cobertura da morte e funeral do papa João Paulo II pela mídia impressa brasileira

Monografia apresentada como pré-requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS.

Orientadora: Aline do Amaral Garcia Strelow

Porto Alegre

2005

MAURÍCIO JANCOWSKI BOFF

O ADEUS A JOÃO DE DEUS

O mito, o espetáculo e o acontecimento midiático na cobertura da morte e funeral do papa João Paulo II pela mídia impressa brasileira

Data da aprovação: ____/12/2005.

Banca Examinadora

Profª. Drª. Rosa Nívea Pedroso

Padre Eduardo Moesch

Profª. Me. Aline Garcia do Amaral Strelow, orientadora

Porto Alegre

2005

A Gloria e Mauro, meus pais, pelo amor e por fundarem o que sou; a meu irmão, Marcel, pela proteção incondicional.

AGRADECIMENTOS

Foi uma longa caminhada na academia, entre troca de curso, greve e trancamento de matrícula. Tempo que se torna eterno na lembrança. Felizmente, há muito que agradecer.

Ao meu avô Newton, por olhar por mim onde quer que esteja; ao meu avô Cardênio, por acreditar que a cultura não tem preço; às minhas avós Marlene e Methilde, pelo exemplo de vida.

À Josi, Laura, Raquel, Rê, Bündchen, Carlos, Dallegra, Dani, Josmar, Rech, pelos anos de faculdade, pelas longas conversas, por questionarem o que penso e, principalmente, pela amizade.

A Luciane, por acreditar em mim como jornalista.

Ao Deco e Rafa, primo, fiéis escudeiros.

Ao Mauro, por abrir meus olhos e me fazer enxergar novos horizontes.

Aos funcionários da biblioteca da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), pelo fornecimento de material sem custo.

À minha orientadora, prof^a. Aline, um fraterno muito obrigado por ter apostado na minha idéia, pela disposição e garra na busca dos seus sonhos. Sucesso é o que lhe desejo sempre!

A certa *pequena viagem*, por me apresentar um mundo de novas e, quem sabe, infinitas descobertas...

*Tenta esquecer-me... Ser lembrado é como
evocar-se um fantasma... Deixa-me ser
o que sou, o que sempre fui, um rio que vai fluindo...*

*Em vão, em minhas margens cantarão as horas,
me recamarei de estrelas como um manto real,
me bordarei de nuvens e de asas,
às vezes virão em mim as crianças banhar-se...*

*Um espelho não guarda as coisas refletidas!
E o meu destino é seguir... é seguir para o Mar,
as imagens perdendo no caminho...
Deixa-me fluir, passar, cantar...*

*toda a tristeza dos rios
é não poderem parar!*

RESUMO

Este trabalho analisa a construção do mito e o espetáculo na cobertura da morte e funeral do papa João Paulo II nas revistas Carta Capital, Época, Istoé e Veja. A partir do recorte proposto, foi possível entender como a imprensa nacional apresentou o papa ao público. A pesquisa fundamentou seu olhar em Edgar Morin, Guy Debord e Elihu Katz. O método foi o comparativo e a técnica aplicada, a análise de conteúdo, de Laurence Bardin, pela relação entre **o mito e a mídia e o papa e seu elemento dramático**.

Palavras-chave:

João Paulo II – mito – espetáculo – acontecimento midiático

ABSTRACT

This paper analyses the mythological construction and the spectacle on the coverage of death and funeral of pope John Paul II on the magazines Carta Capital, Época, Istoé and Veja. From the press cutting proposed, it was possible to understand how brazilian press has introduced the pope to the public. The research based its view on Edgar Morin, Guy Debord and Elihu Katz. Its method was the comparative and the technique applied, the content analyses, from Laurence Bardin, by the relation between **the myth and the media** and **the pope and its dramatic element**.

Key-words:

Pope John Paul II – myth – spectacle – media event

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	09
1 O PAPADO NO SÉCULO XX E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	13
1.1 Um papa não-italiano em 455 anos	25
2 A MORTE E O FUNERAL DE JOÃO PAULO II	30
2.1 O “acontecimento mediático”	31
2.2 A fabricação de uma estrela-mito	34
2.3 A notícia, o mito e o espetáculo	40
3 O CAMINHO E A OBSERVAÇÃO DO MITO	46
3.1 O método	46
3.2 Karol Wojtyla na imprensa brasileira	51
3.2.1 O mito João Paulo II e a mídia	52
3.2.2 O papa e o elemento dramático	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS	63
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS	67

INTRODUÇÃO

O falecimento do papa João Paulo II, em dois de abril de 2005, comoveu não só milhões de católicos, mas líderes religiosos, políticos e toda a sociedade mundial. Antes da confirmação da morte do polonês Karol Wojtyła, 85, aos olhos daqueles que fazem notícia, a angústia da perda parecia os ter alertado. Lentes, sons, lápis, caneta e os mais modernos aparatos tecnológicos registraram quase que instantaneamente a tristeza do fim. Em questão de minutos, o adeus a um dos maiores papados da história da Igreja Católica era passado. O evento que marcaria esse fim em vida aconteceria em poucos dias. Era hora de preparar a cobertura, lembrar uma história, um passado e projetar um futuro, como indica a boa atividade jornalística.

Enviados especiais brasileiros se misturavam às centenas de jornalistas de outras partes do globo que começavam a voltar seus olhos, ouvidos e boca para o Vaticano desde o domingo de Páscoa, quando o papa tentara, em vão, pronunciar um texto ao seu rebanho. Redações estavam a postos para enviar correspondentes não apenas a Cidade do Vaticano, como a Jerusalém, à Polônia – berço de Wojtyła – e outros grandes centros de concentração de católicos.

O Brasil é considerado o país com o maior rebanho de católicos no mundo. Segundo o último Censo do IBGE¹, cerca de 125 milhões de fiéis. Informar sobre o destino da Igreja foi quase uma obrigação para os veículos de comunicação brasileiros. Pelo grau de relevância à comunidade brasileira, o objetivo do presente trabalho ao longo das páginas que seguem é o de entender como foi a abordagem sobre o mito João Paulo II pela imprensa brasileira no período. E saber se essa cobertura não teve elementos de um espetáculo midiático com um propósito de atrair um público para o consumo da informação.

Para entender os mecanismos, a pesquisa opta por analisar a mídia impressa. A principal razão é a fundamentação de que os veículos desse tipo de mídia são os responsáveis por “agendar” a discussão entre as pessoas. Como aponta Hohlfeldt², com base nos estudos sobre *agenda setting* proposto pelos norte-americanos McCombs e Shaw, chega-se “mesmo a perceber que a mídia impressa possui certa hierarquia sobre a mídia eletrônica” (2005, p. 198). Este trabalho pretende analisar as quatro revistas semanais brasileiras de maior circulação – Veja, Época, Istoé e Carta Capital –, as edições que deram capa ao papa João Paulo II, ou a algum assunto relacionado a ele, entre a semana que antecedeu sua morte e a semana que antecedeu a escolha do Papa Bento XVI, entre os dias 27 de março e 20 de abril de 2005.

Inicialmente, o trabalho contextualizará a história do papado no século XX e sua relação com o mundo e a mídia. O papado de Karol Wojtyla será tratado à parte,

¹ CENSO DEMOGRÁFICO 2000. População residente, por situação do domicílio e sexo, segundo a religião – Brasil. IBGE. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2000/primeiros_resultados_amostra/brasil/pdf/tabela_1_1_2.pdf> Acesso em: 17 nov. 2005.

² HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. (Orgs.). Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 187-240.

visto que representa a postura da Igreja no final de um século atribulado. João Paulo II, por exemplo, tem feitos notáveis. Segundo a BBC – rede pública britânica de comunicação – o total de quilômetros em viagens de Wojtyla seria suficiente para dar 27 voltas ao redor do planeta. João Paulo II lançou discursos polêmicos, como sua posição sobre o aborto³. E também teve presença cativa na mídia de todo o planeta. Não é a toa que a banda de *rock'n'roll* gaúcha Os Engenheiros do Havaí diz que “o papa é pop” em uma de suas canções. Foi o primeiro papa na história a possuir uma imagem tão marcante. E, sem dúvida, já era mito antes mesmo de falecer.

O olhar teórico vai tomar o conceito de mito – os olímpianos – do pensador francês Edgar Morin (1984, 1989). O mito, segundo Morin, é entendido como elemento necessário para a constituição de uma sociedade de consumo em massa. Outro autor francês, Guy Debord (2002), contribuirá com esse referencial teórico a partir do conceito de sociedade do espetáculo, onde, segundo ele, o mito é elemento fundamental.

A metodologia utilizada na pesquisa seguirá os procedimentos técnicos da análise de conteúdo propostos por Laurence Bardin (1977). O método será o comparativo. A técnica partirá da análise qualitativa de temas, de Bardin. O objetivo será avaliar como as revistas abordaram um papa João Paulo II mitificado a partir de um “acontecimento mediático” (KATZ, 1993), ou seja, o funeral.

O problema central, portanto, será compreender como foi a construção por parte da mídia brasileira, o porquê da presença constante nos jornais diários e

³ “Wojtyla empreendeu uma campanha incansável contra o controle da natalidade e o aborto, coisas para ele invariavelmente vinculadas” (DUFFY, 1998, p. 284).

revistas semanais por quase um mês e a busca por um indicativo de resposta para se, ao menos nas quatro revistas analisadas, o processo de mitificação se tornou evidente.

O presente trabalho é um recorte do que se pode compreender sobre o tema. É uma contribuição ao estudo dos mitos e do espetáculo pela mídia. A análise do caso, é importante ressaltar, parte de um olhar subjetivo que busca a sistematização do conhecimento através de procedimentos científicos. Logo, está invariavelmente presente a visão de quem avaliou, de onde partiu seu olhar e como o investigador enxergou o fato.

A conclusão a que se chega não parte em nenhum momento de uma hipótese. Simplesmente chega onde o caminho da análise leva o investigador. Portanto, há inúmeras possibilidades de se explicar o fenômeno. Não cabe a este trabalho esgotar um tema que remete a infinitas respostas.

1 O PAPADO NO SÉCULO XX E OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A relação do papado com os meios de comunicação de massa tem seu ápice no pontificado de João Paulo II (1978-2005). O polonês foi o “papa da mídia”, o papa do povo ou João de Deus, como se convencionou chamar em muitas instâncias do catolicismo e da própria sociedade. Porém, o processo que leva Karol Wojtyła ao posto de mito nos *mass media* se funda na história turbulenta do século XX. Apontar esse caminho é necessário antes da análise da figura do pontífice.

Um século de extremos, citaria o historiador inglês Eric Hobsbawm⁴. Primeira Guerra Mundial (1914-1918). Revolução Bolchevique na Rússia (1917). Revolução artística através dos movimentos modernistas de contestação ao *status quo* na Arte (fim do século XIX; intensificado nos primeiros 15 anos do século XX). Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Explosão das bombas atômicas em Hiroshima e Nagasaki (1945). Fundação do Estado de Israel (1948). Guerra da Coreia (1950-1953). Independência das nações africanas dos antigos colonizadores (a partir de 1950). Guerra do Vietnã (1961-1975). Ditaduras latino-americanas (1960-1980). Fim da Guerra Fria: cai o Muro de Berlim (1989). Guerra do Golfo (1991). Ameaça silenciosa: terrorismo contra as grandes potências (2001-...). Isso só para citar alguns dos fatos que marcaram o século XX.

No mundo ocidental – e no Oriente industrializado –, a forma de conceber o trabalho, a vida, o pensamento e a própria existência humana levaria a humanidade

⁴ HOBBSAWM, Eric J. Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

a diferentes respostas às mudanças inerentes à Revolução Industrial. Enquanto no trabalho, as linhas de montagem, a produção em larga escala e a ascendente valorização do dinheiro (capital) já eram uma realidade, no campo da comunicação a velocidade e o aparecimento de novas tecnologias levaram a uma nova concepção de vida.

O telefone, o ato de falar sem ver o rosto de outrem a muitos quilômetros de distância, um feito do americano Alexander Graham Bell, em 1876. O cinema, as 24 fotos projetadas por segundo em uma tela branca transmitiam a “magia” do movimento, sonho cujos autores da façanha são os irmãos franceses Lumière, em 1895. O som no cinema só veio a surgir no final da década de 20. O rádio e o ato de enviar a voz para centenas, milhares, milhões de aparelhos receptores ao mesmo instante, data do início do século. A máquina capaz de transmitir imagens em movimento sem utilizar fios, a televisão, foi apresentada em 1926 pelo escocês John L. Baird, em Londres. Sua invenção revolucionaria significativamente o conceito de comunicação em massa e de como a própria sociedade enxerga a si mesma. E a Internet, rede mundial de computadores, desenvolvida a partir dos anos 60 como projeto militar americano. Aos poucos, foi abandonada pelo serviço secreto militar, ganhou o campo acadêmico e se tornou popular mundialmente nos anos 90. Conforme dados de 2004 da União Internacional de Telecomunicações (ITU)⁵, o Brasil possuía mais de 22 milhões de usuários de Internet.

Uma enxurrada de modificações sociais, científicas, culturais e industriais. Como terá sido a resposta da Igreja Católica perante toda essa metamorfose? “Papa” significa “pai” no idioma italiano. Segundo Duffy (1998, p. 23), chamavam-se

⁵ Pesquisa disponível em: <<http://www.itu.int/>> Acesso em: 17 nov. 2005.

papa todos os bispos do ocidente. “No Oriente parece ter sido usado também para padres, além de um título especial para o patriarca de Alexandria”, afirma. Gregório VII, quando papa em 1073, foi quem definiu que papa seria somente o bispo de Roma.

Porém, foi com o cisma do Oriente e do Ocidente, no ano de 1054, que a Igreja Católica passou a ser conhecida como igreja papal. Ou seja, o catolicismo passou a imprimir no supremo pontífice, no bispo de Roma ou no patriarca do Ocidente o seu rosto. A escolha do líder, portanto, não é aleatória. Segue uma série de interesses políticos, além de protocolos aprimorados desde a fundação da Igreja por São Pedro, discípulo de Jesus Cristo, poucos anos após a morte do Filho de Deus.

Os anos de extremo do último século obrigaram os cardeais católicos a escolher líderes dispostos a enfrentar os males que afligiam o mundo. Como assinalou McBrien, “tudo o que acontece em uma eleição papal não pode, de modo simples e ingênuo, ser atribuído à obra do Espírito Santo” (1997, p. 374).

O primeiro papa verdadeiramente “moderno” da história, para McBrien (1997, p. 353), foi o italiano Gioachino Vincenzo Pecci, que adotou o nome de Leão XIII (1878-1903). Tendo sido eleito aos 68 anos e com saúde precária, seu pontificado foi encarado por muitos cardeais como de transição. Acabou reinando por 25 anos e realizando o terceiro maior pontificado da história, atrás de seu antecessor, Pio IX (1846-1878), e de João Paulo II (1978-2005). Juntos, Pio IX e Leão XII permaneceram continuamente no comando da Igreja por mais de 57 anos.

Diferente de Pio IX, Pecci era mais moderado e “procurou fazer a Igreja dialogar com o mundo moderno” (MCBRIEN, 1997, p. 353). Coube a ele promover a reconciliação do catolicismo com as novidades que a configuração mundial impunha. Em declarações anteriores a sua escolha, havia dito, por exemplo, que a ciência e as mudanças na sociedade eram positivas, ao invés de condená-las somente. Ao mesmo tempo, “ostentou uma firmeza assombrosa para andar na corda bamba, restaurando o prestígio internacional do papado [e da Igreja] sem abandonar suas reivindicações religiosas” (DUFFY, 1998, p. 236).

Duffy (1998) acredita que Leão XIII fracassou ao tentar ser um papa político. Pecci defendeu que “a Itália devia restituir ao papado o que lhe pertencia por direito, voltar a acatar a sua autoridade, para que a sociedade tornasse a florescer” (DUFFY, 1998, p. 236). Em outras palavras, o retorno do poder temporal do papa sobre Roma. Para isso, articulou apoios políticos, que não deram certo. Primeiro, com Otto Von Bismarck, chanceler alemão. Depois, com a França. Leão XIII pediu apoio do clero francês para pressionar o governo republicano a apoiar o retorno do poder temporal. O problema é que o clero francês era majoritariamente a favor da monarquia. Enquanto isso, tanto o Senado, quanto a Câmara dos Deputados franceses, ganhavam mais representantes anticlericais. Resultado: “Todos pensaram que a Igreja era o setor de propaganda dos monarquistas” (DUFFY, 1998, p. 238). Os parlamentares agiram na redução da presença da Igreja na vida francesa ao invés de apoiar o papa.

A disputa colocou em cheque a idéia de que a Igreja não era compatível com a democracia. Encíclicas papais foram publicadas para mostrar ao mundo que

ao contrário do que alguns entendiam, o catolicismo podia conviver com regimes democráticos. No que tange ao papel da imprensa, Leão XIII publicou, em 1888, a *Libertas Praestantissimum*, encíclica sobre o liberalismo, que falava na existência de uma imprensa livre.

Porém, “um dos pronunciamentos papais mais importantes da história foi a *Rerum novarum* ('Das coisas novas'), em 1891, e, mais de um século depois, continua a contribuir para a formação do pensamento social católico” (MCBRIEN, 1997, p. 357). “A *Rerum novarum* demonstrou que ele era um pensador social mais avançado que a maioria dos católicos do século XIX”, afirma Duffy (1998, p. 240). O pronunciamento deixava clara sua postura contrária ao socialismo, ao defender o direito à propriedade privada e falava no direito dos operários se organizarem e de receberem salários condizentes com seu esforço. Para McBrien (1997), uma crítica direta ao capitalismo. A postura de Leão XIII surpreendeu a sociedade moderna. Para muitos, Pecci chegou ao final da vida não como um papa conservador, mas um liberal.

Em 1903, foi eleito papa o cardeal italiano Giuseppe Melchiorre Sarto, o primeiro do século XX. Escolheu ser chamado de Pio X. Sarto era filho de um carteiro e de uma costureira do interior da Itália. É possível imaginar como foi sua reação diante de todas as novidades. “O novo papa via-se como um combatente do mundo moderno e estava disposto a sofrer como aquele havia sofrido pelos direitos da Igreja” (DUFFY, 1998, p. 246).

Pio X (1903-1914) defendeu com unhas e dentes reformas pastorais, como a da liturgia e, pela primeira vez, a permissão da Primeira Comunhão para a “idade

do discernimento”. Segundo McBrien (1997, p. 358), para crianças em torno de sete anos de idade⁶. Por iniciativa pessoal, deu aulas de catecismo quando papa, nas tardes de domingo no Vaticano.

Seu pontificado distinguiu-se [...] pela acessibilidade pessoal e cordialidade [...] Tudo isso, combinado com seu antiintelectualismo, seu belo rosto arredondado e seu comportamento caloroso e sincero, lhe valeu uma imensa adesão popular (DUFFY, 1998, p. 246).

Foi o primeiro “papa do povo”, aponta Duffy. “Um tipo que se tornaria mais familiar, na era da televisão, na pessoa de João XXIII e do precocemente falecido João Paulo I” (DUFFY, 1998, p. 246). E a figura do papa se tornaria ainda mais popular com João Paulo II.

Sarto foi canonizado em 1954. Mesmo com todo o carisma, Pio X

assumiu uma postura crítica negativa em relação aos governos democráticos modernos e fez uma campanha às vezes cruel e mutuamente destrutiva contra teólogos, biblistas e historiadores católicos (englobando todos sob a pecha de modernismo), da qual a Igreja só começou a se recuperar no Concílio Vaticano II (1962-1965) (MCBRIEN, 1997, p. 357).

Bento XV (1914-1922), italiano de família nobre, nascido Giacomo della Chiesa, assumiu como papa durante a Primeira Grande Guerra. O período ofuscou seu pontificado. Para McBrien (1997, p. 361), Bento XV “pode ter sido um dos melhores papas da história, mas foi, certamente, um dos menos apreciados dentro e fora da Igreja”. Chiesa tentou dissuadir o conflito, mas não tomou partido. Canonizou a heroína francesa Joana D’Arc, mas não conseguiu a reconciliação com a França. Chiesa retomou a diplomacia de Leão XIII (1878-1903), interrompida pelo antecessor Pio X. Bento XV, “ao morrer, [...] em 1922, 27 países mantinham embaixadores ou algum representante no Vaticano” (DUFFY, 1998, p. 255). Mas sua

⁶ A idade para a primeira eucaristia era maior até a conclusão desta pesquisa, em novembro de 2005.

maior façanha, segundo McBrien (1997), é a encíclica que propõe fim à guerra que dividia duas facções católicas: os “integralistas” e os “progressistas”. A disputa foi fortalecida no pontificado de Pio X.

Pio XI (1922-1939), o italiano Ambrogio Damiano Achille Ratti, assumiu com a morte prematura de Chiesa, aos 67 anos, de pneumonia.

Primeiro papa a usar o rádio como meio de comunicação e primeiro a ter o alpinismo como *hobby*, Pio XI assinou os Pactos de Latrão com o ditador Benito Mussolini, em 1929, que criou a cidade-estado do Vaticano como entidade política independente (MCBRIEN, 1997, p. 363).

Temia o comunismo, o que o fez articular alianças com nada menos que os três maiores fascistas no Entre Guerras: além de Mussolini, Adolf Hitler, na Alemanha, e Francisco Franco, na Espanha. Acabou sendo visto com maus olhos pelos Aliados.

Pio XI deu seqüência à diplomacia de Bento XV, missão para a qual foi preparado pelo próprio papa. Quando ainda era cardeal, Achille Ratti fora enviado em missão diplomática à Polônia e Lituânia no pós-guerra. Preocupou-se em expandir as missões católicas pelo mundo. Em 1926, consagrou os primeiros seis bispos de naturalidade chinesa. Em 1927, foi a vez do primeiro bispo japonês, em Nagasaki. “Quando de sua ascensão não havia uma única diocese missionária da Igreja Católica presidida por um bispo nativo. Em 1939, havia 40, e o número de padres missionários autóctones quase triplicara, elevando-se a mais de sete mil” (DUFFY, 1998, p. 257). Essa façanha de Pio XI contribuiu para popularizar a Igreja.

Da mesma forma que Leão XIII, Pio XI criticou o capitalismo selvagem e o comunismo. “Desprezava a cobiça da sociedade capitalista, sua 'sede implacável de

posses temporais', e pensava que esse capitalismo liberal compartilhava com o comunismo um 'otimismo satânico' com relação ao progresso humano” (DUFFY, 1998, p. 261). Por outro lado, criticou a ditadura nazista. Em 1937, o papa resolveu agir contra o regime de Hitler.

Numa triunfante operação secreta, o texto [uma encíclica papal] foi contrabandeado à Alemanha, impresso localmente e lido nos púlpitos católicos no Domingo de Ramos de 1937. A *Mit brennender Sorge* (“com viva ansiedade”) denunciava tanto as ações diretas do governo contra a Igreja, violando a concordata, quanto à teoria racial nazista em geral. Deu uma surpreendente e deliberada ênfase à validade permanente das Escrituras judaicas, e o papa denunciou o “culto idólatra” que substituíu a crença no verdadeiro Deus por uma “religião nacional” e pelo “mito da raça e do sangue”. Contrastou essa ideologia com a doutrina da Igreja, na qual havia um lugar “para todos os povos e todas as nações”. (DUFFY, 1998, p. 261).

O cardeal italiano Eugenio Maria Giuseppe Giovanni Pacelli foi eleito papa em 1939 e desse posto somente sairia em outubro de 1958. Filho de advogado, lingüista e viajante universal, fora secretário de Estado de Pio XI. Em sua homenagem, como coloca McBrien (1997), Pacelli escolheu ser chamado de Pio XII. Um fato curioso para a comunicação foi que Pio XII se tornou o primeiro papa da história a dar a benção aos fiéis através do rádio, na ocasião de sua coroação.

Pacelli era um diplomata nato e foi eleito pelos cardeais católicos para desempenhar essa função. É possível dizer que sua principal preocupação era o futuro da paz no planeta. “Em 24 de agosto de 1940, [Pio XII] fez um apelo radiofônico ao mundo em nome da paz (dois meses antes a própria Itália entrara na guerra)” (MCBRIEN, 1997, p. 370). O esforço não atingiu seu objetivo e Pacelli se manteve imparcial no conflito, garantindo para o Vaticano a posição de cidade aberta.

Embora estivesse convencido de que o comunismo era um mal maior que o nazismo, o papa não aprovou o ataque de Hitler à Rússia. Mas também se opôs às exigências pelos Aliados em Casablanca (janeiro de 1943) de rendição incondicional (MCBRIEN, 1997, p. 370).

Pio XII foi criticado por não ter assumido uma postura crítica ao regime nazista quando Hitler tomou Roma, em 1943. A condição de cidade aberta permitiu abrigo a refugiados, e muitos eram judeus. “Ele podia e deveria ter feito muito mais para protestar contra o Holocausto – algo parecido com a enérgica denúncia das normas e práticas do nazismo pelo antecessor, Pio XI, na encíclica *Mit brennender Sorge* (1937)” (MCBRIEN, 1997, p. 370).

Embora Pio XII não tenha assumido uma postura crítica durante o conflito, foi o responsável por lançar as bases para a renovação do Concílio Vaticano II (1962-1965). Por exemplo: Pacelli ordenou 32 cardeais, em 1946, e 24 cardeais, em 1953, de vários países do mundo. A idéia de internacionalizar a Igreja foi uma das orientações no Concílio que ocorreria uma década depois. Terminou que no final do pontificado de Pio XII, o Colégio dos Cardeais era composto apenas por um terço de italianos.

Em 1957, um ano antes de sua morte, Pacelli lançou uma importante encíclica tratando dos novos meios de comunicação e da influência que eles, principalmente a mídia eletrônica – rádio e televisão –, desempenhavam na sociedade. Com “a *Miranda prorsus*, 'Para provocar grande admiração', Pio XII tornou-se o papa mais conhecido da história até aquela data” (MCBRIEN, 1997, p. 372). A encíclica papal indica a importância que a Igreja passou a lançar sobre os meios de comunicação de massa. Porém, ainda não seria com Pio XII que a figura do papa ganharia visibilidade mundial.

O italiano Angelo Giuseppe Roncalli foi eleito um mês antes de completar 77 anos de idade. Oriundo de família camponesa, João XXIII, nome que adotou, teve um pontificado breve (1958 a 1963). Porém, de expressiva significação para o catolicismo. “Além do apóstolo de São Pedro em pessoa, nunca houve outro papa como João XXIII”, diz McBrien (1997, p. 373).

Roncalli era carismático, o oposto ao autoritário Pio XII.

Talvez o papa mais querido de toda a história, João XXIII reuniu o Concílio Vaticano II (1962-1965) e colocou a Igreja Católica em um caminho pastoral totalmente novo, ao enfatizar o papel dos leigos, a colegialidade episcopal, a fé e a bondade autênticas de cristãos não-católicos e de não-cristãos e a dignidade de todos os seres humanos (MCBRIEN, 1997, p. 375).

Ao se apresentar à multidão aglomerada na Praça de São Marcos, do topo da Basílica de São Pedro, João XXIII foi o responsável pela primeira bênção televisionada da história. Uma das características de seu pontificado foi que retomou antigas e pequenas tradições. Como, por exemplo, caminhar na procissão da Cruz na Sexta-Feira Santa. “Mais que qualquer outro papa desde os séculos primitivos, ele reconhecia que era, em primeiro lugar, o bispo de Roma. Sem dúvida, seu exemplo influenciou João Paulo II, que o praticou em níveis ainda mais amplos” (MCBRIEN, 1997, p. 377). Porém, Roncalli foi vitimado de câncer de estômago dois anos antes do fim de sua iniciativa mais importante, o Concílio Vaticano II (1962-1965). Como argumento para a sua ação, McBrien cita parte do discurso: “Não nascemos para ser 'curadores de museus' [...], 'mas para cultivar um florescente jardim de vida” (1997, p. 379).

Paulo VI (1963-1978) deu seqüência ao Concílio Vaticano II iniciado por João XXIII. Nascido Giovanni Battista Montini, era filho de um advogado e político italiano. Assumiu, naturalmente, um perfil mais político que pastoral. Paulo VI se tornou o primeiro papa a visitar comunidades católicas de avião ao redor do mundo. De fato, viajou pelos cinco continentes a fim de unificar o mundo. Seu feito só foi menor que o de João Paulo II. De qualquer maneira, isso garantiu a Paulo VI presença constante na mídia, registrada principalmente pelas lentes de repórteres fotográficos.

Montini escolheu o nome de Paulo VI em homenagem ao apóstolo Paulo, “a fim de estender os braços para os pagãos modernos (isto é, o mundo todo)” (MCBRIEN, 1997, p. 383). Como aponta o autor, “seu modelo de papa não seria João XXIII; seria Pio XII, com quem ele trabalhara estreitamente no Secretariado de Estado”. Porém, Paulo VI era progressista. “Imediatamente [após tomar posse] anunciou que continuaria o Concílio, daria prosseguimento à revisão do Código de Direito Canônico e trabalharia pela paz e justiça na ordem temporal e pela união das igrejas cristãs”, afirma McBrien (1997, p. 384).

Seu pontificado teria sido bem-sucedido, se não fosse a encíclica *Humanae Vitae* (“Da vida humana”), em 1968. No texto, Paulo VI declarou que a relação sexual dentro do casamento deveria ter o fim único da transmissão da vida. Basicamente, era uma crítica direta aos métodos anticoncepcionais, como preservativos e a pílula anticoncepcional. A sociedade mundial – principalmente a européia e a norte-americana – protestou quando soube da intenção do papa. Muitos julgavam que Paulo VI iria reconhecer as mudanças pelas quais o sexo era

encarado. Ledo engano. E a sociedade se indignou: “Pesquisas após pesquisas mostraram que desde o início mais de 80 por cento dos casais católicos ignoraram a encíclica” (DUFFY, 1998, p. 273). A reação social abalou profundamente Paulo VI, que declarou publicamente que não iria mais publicar encíclicas. Ao morrer, em 1978, sua promessa havia sido cumprida.

Pouca imagem se tem do papa João Paulo I. Eleito sucessor de Paulo VI, fez o pontificado mais breve do século XX e um dos mais curtos da história. Precisamente, 33 dias, de 26 de agosto a 28 de setembro de 1978. O pontificado mais rápido foi o de Urbano VII, 12 dias, de 15 a 27 de setembro de 1590. João Paulo I era Albino Luciani, filho de operários italianos pobres. Uma singularidade de seu pontificado foi a própria escolha de seu nome. Pela primeira vez um papa adotava um nome duplo. “Fez isso, disse ele, para homenagear o papa (João XXIII) que o ordenara bispo e o precedera como patriarca de Veneza, e o papa (Paulo VI) que o nomeara cardeal” (MCBRIEN, 1997, p. 389). Logo que assumiu, o papa “se comprometeu a continuar a execução do Concílio Vaticano II, a revisar o Código de Direito Canônico para as Igrejas latina e oriental e a promover a evangelização, o ecumenismo, o diálogo com todos os povos e a paz” (MCBRIEN, 1997, p. 389).

Seu falecimento, aos 66 anos, surpreendeu o mundo e ganhou notoriedade na mídia. João Paulo I lia deitado em sua cama no dia 28 de setembro de 1978, quando teve um ataque cardíaco fulminante. Seu corpo só foi encontrado na manhã seguinte. A versão divulgada pelo Vaticano foi questionada. Muitos diziam que o papa fora envenenado porque iria denunciar um esquema de fraude financeira dentro do Banco do Vaticano. O motivo das dúvidas tem muito mais a ver com a

proibição de se fazer uma autópsia (o papa não pode ser embalsamado, o que impossibilita o procedimento médico).

A falta de honestidade a respeito das circunstâncias em que o corpo foi encontrado só serviram para alimentar esses rumores. O Vaticano alegou que o papa foi encontrado morto por seu sacerdote-secretário irlandês, John Magee, quando, de fato, foi a irmã Vicenza, sua governanta, que o encontrou (MCBRIEN, 1997, p. 389).

A morte de um papa sorridente acabou comovendo mais os romanos do que a de Paulo VI, poucos meses antes.

1.1 Um papa não-italiano em 455 anos

“Socialmente liberal, teológica e doutrinariamente conservadora, talvez ultraconservadora”, McBrien (1997, p. 394) aponta essas como as marcas constantes no pontificado de João Paulo II (1978-2005). Karol Wojtyła foi o 261º sucessor de São Pedro e o primeiro papa eslavo da história, além de ser o primeiro papa não-italiano em 455 anos. “Ex-professor universitário de Filosofia, poeta e dramaturgo publicado, hábil alpinista e esquiador, falando sem embaraço francês, alemão, inglês, italiano e russo, Wojtyła era sem dúvida um astro e trazia uma bagagem notável” (DUFFY, 1998, p. 282). Foi eleito papa jovem, aos 58 anos. A escolha pelo nome de João Paulo II, dizia Wojtyła, era por causa da admiração que nutria por João Paulo I e também por Paulo VI. Em nenhum momento, Wojtyła fazia referência a João XXIII, o qual tinha sido homenageado por João Paulo I com seu nome duplo.

João Paulo II era filho de um ex-oficial reformado do Exército polonês. Perdeu a mãe quando criança. Anos mais tarde, perderia o irmão. Wojtyła era estudante quando a Polônia foi ocupada pelos nazistas alemães. Por algum tempo, foi operário em uma indústria química e de mineração. E, inclusive, chegou a receber treinamento militar pelo exército polonês. Segundo Duffy (1998, p. 282-283), “foi o primeiro papa em dois séculos que teve algo parecido com uma formação comum – se é que uma tal formação pode ser considerada comum – e até uma namorada”. A versão, porém, não é unânime entre os autores.

Foi o papa que mais viajou na História e aquele que teve sua imagem por mais vezes veiculada nos meios de comunicação de massa. Sua simpatia, a feição sutil e o sorriso sempre presente no rosto e as constantes missões quase que diplomáticas ao redor do globo deram força a esse carisma.

João Paulo II via-se como bispo universal e, poucos meses depois de sua investidura, desencadeou uma série extraordinária de visitas pastorais aos quatro cantos do mundo, levando sua mensagem de valores morais antiquados e de fidelidade à autoridade doutrinária da Igreja hierárquica, mas com uma energia pessoal e um carisma que enchiam as ruas de milhões de fiéis entusiasmados qual torcedores de futebol (DUFFY, 1998, p. 285).

E não apenas como líder religioso da Igreja Católica. “A excursão triunfal ao México tornou-se uma espécie de paradigma para todas as viagens papais subseqüentes e confirmou João Paulo como superastro mundial” (MCBRIEN, 1997, p. 394). Em 1979, João Paulo II participou da Conferência dos Bispos Latino-Americanos, na cidade mexicana de Puebla. Mesmo tendo assumido seu pontificado jurando empenho em dar continuidade ao reformador Concílio Vaticano II, do qual participou quando era cardeal, suas atitudes refletiam uma outra postura. Em seu discurso, criticou a emergente Teoria da Libertação Latino-Americana ao dizer que o

clero não deve se envolver com a política. “A idéia de Jesus político, revolucionário, o subversivo de Nazaré, não está em harmonia com o ensinamento da Igreja” (MCBRIEN, 1997, p. 393). Naqueles anos, a grande maioria dos latino-americanos vivia em regimes militares que reprimiam a liberdade. Muitos padres e bispos defendiam a participação ativa da Igreja Católica no apoio a quem lutava pelo retorno à democracia.

O fato é que seus posicionamentos para com o destino do mundo e da Igreja ganharam notoriedade. Um de seus importantes discursos era o de que trabalharia pela unificação das igrejas do ocidente e do oriente. Segundo McBrien (1997, p. 393), João Paulo II dizia “que a Igreja precisava 'respirar com dois pulmões', combinando a tradição latina da lei e ordem com a tradição grega mais mística”. Essa mesma postura ele defendeu ao longo de seu pontificado no diálogo com líderes religiosos de outras religiões, como budistas, muçulmanos e judeus. Em 1994, por exemplo, o Vaticano estabeleceu, pela primeira vez, relações diplomáticas com o Estado de Israel. João Paulo II também reconheceu publicamente os pecados da Igreja para com os judeus em tempos passados.

Enquanto a abertura para o diálogo com outras religiões acontecia, teólogos católicos eram excomungados. Foi assim, por exemplo, com o brasileiro e ex-frei franciscano Leonardo Boff, importante teólogo da Teoria da Libertação. “É impressionante o contraste com o período de Paulo VI, quando nem mesmo as conseqüências traumáticas da *Humanae Vitae* produziram denúncias papais ou a excomunhão de teólogos” (DUFFY, 1998, p. 285). Essa repressão interna por parte

do Vaticano retirava o ente questionador e o substituía por um de seu gosto. O resultado para o futuro, hoje, é incerto.

Um dos legados mais duradouros deste pontificado, para o bem ou para o mal, será o grande número de bispos conservadores nomeados para várias dioceses espalhadas pelo mundo, muitas vezes em oposição aos desejos e recomendações das hierarquias locais e dos padres e do povo dessas dioceses (MCBRIEN, 1997, p. 398).

Porém, Karol Wojtyla defendeu com dureza o valor do ser humano e sua dignidade. Condenou a exploração dos direitos humanos, a exploração da terra, o consumismo, o comunismo e a destruição ambiental do planeta. Em 1981, por exemplo, publicou a encíclica *Laborem exercens* (“Na realização do trabalho”), em comemoração ao nonagésimo aniversário da *Rerum novarum*, que Leão XIII havia publicado. “Insistiu na propriedade do trabalho sobre o capital e condenou o que chamou de capitalismo 'desenfreado’” (MCBRIEN, 1997, p. 394).

Outro tema polêmico do seu pontificado foi a questão do aborto. João Paulo II seguiu os passos de Paulo VI. “Wojtyla empreendeu uma campanha incansável contra o controle da natalidade e o aborto, coisas para ele invariavelmente vinculadas, e houve boatos recorrentes sobre a iminência de uma declaração solene endossando infalivelmente a doutrina da *Humanae Vitae*” (DUFFY, 1998, p. 284).

Embora seja um defensor intransigente de doutrinas profundamente impopulares em matérias como o controle de natalidade, é o papa mais populista da história, veterano de mais de oitenta viagens internacionais, beijoqueiro inveterado de pistas de aeroporto, pródigo em apertar mãos, abençoar as velhinhas e carregar bebês (DUFFY, 1998, p. 289).

Wojtyla, a partir da publicação da *Ordenatio sacerdotalis*, em 1994, insistiu novamente na tese de que a Igreja não está autorizada em ordenar mulheres. Para McBrien, “seu modo enfático de declarar e impor esse ensinamento contribuiu, em

grande parte, para o sentimento de alienação que muitas católicas sentem em relação à Igreja institucional e, em especial, ao pontificado de João Paulo II” (1997, p. 396).

O ano de 1992 representa o início do enfraquecimento da saúde de João Paulo II. A seqüela do tiro que recebeu do comunista turco Mehmet Ali Agca na tentativa de assassiná-lo, em 1981, na Praça de São Pedro, se tornava mais intensa. Wojtyla já não podia praticar seus esportes favoritos: esqui, caminhar e escalar montanhas. Pessoalmente, mostrava-se cada vez mais enfraquecido. Boatos de que o papa estaria morrendo começam a rondar o Vaticano. E a imprensa contribui para aumentar essas suspeitas.

Ao mesmo tempo polêmico, conservador, liberal e carismático. Um João de Deus de extremos, assim como o próprio século XX. Pelo pouco tempo desde sua morte, em abril de 2005, as ações de Karol Wojtyla como papa ainda têm muito que repercutir na sociedade no passar dos anos. A imagem da Igreja Católica vai permanecer por alguns anos atrelada à do pontífice que a liderou por quase um quarto de século. A construção do mito João Paulo II, a sua morte e funeral na constituição de um “acontecimento mediático” e sua relação com o espetáculo serão abordados no próximo capítulo.

2 A MORTE E O FUNERAL DE JOÃO PAULO II

Como estão longe as antigas lendas, epopéias e contos de fadas, como estão diferentes as religiões que permitem a identificação com o deus imortal, mas no além, como estão ignorados ou enfraquecidos os mitos de participação no Estado, na nação, na pátria, na família... Mas como está próximo, como é atrativa e fascinante a mitologia da felicidade (MORIN, 1962, p. 109).

O mito-estrela João Paulo II não pode ser entendido unicamente como uma construção da imprensa internacional e, por conseqüência, brasileira. O polonês Karol Wojtyla assume o posto de mito entre os homens – ou melhor, entre o universo do catolicismo, para ser mais específico – no momento de sua posse como papa, no final da década de 70.

O cardeal Wojtyla, no acontecimento da posse, garantiu características que passaram a diferenciá-lo dos demais mortais. Nenhum outro ser humano iria utilizar a usual vestimenta branca que outros que estiveram na mesma posição também usaram. Ninguém mais residiria no principal aposento da Cidade do Vaticano – construída e “significada” pelo próprio homem. Sem contar nas marcas inerentes ao papel que passaria a encarnar: o carisma, o sorriso amigo, o gesto carinhoso para com o seu rebanho e a tomada de decisão, “sempre”, a favor do coletivo católico. A coroação, logicamente, é o ato de posse do líder católico até a sua morte. Um ato que remete às antigas monarquias européias. O papa é o representante de Deus na Terra, assim como eram os antigos Reis e Rainhas.

A morte de Karol Wojtyla representaria o fim de uma Era para todo o Catolicismo. O papa João Paulo II recebeu a Extrema Unção no dia 31 de março de

2005. Foi quando o Vaticano tornou público seu estado de saúde deficiente, o que já era suspeita há algumas semanas. Tão logo, fiéis foram se aglomerando na Praça de São Pedro. Rezavam pelo pontífice, mas também aguardavam o adeus ao líder convalescente. Enquanto isso, os preparativos para o seu funeral eram organizados pela própria Igreja. Aos poucos, chegavam os profissionais da imprensa, com câmeras, lentes, microfones, laptops, blocos de papel e caneta para noticiar os últimos momentos de um papa, informar a população e aguardar a morte do pontífice. Os *media* criam “um sentido de ocasião. As pessoas sentem-se não só a si próprias, mas também o outro, bem como a união da sociedade, da nação e do mundo. Identificam-se com os heróis, e comemoram seus feitos” (KATZ, 1993, p. 59).

2.1 O acontecimento “mediático”

O pensador americano Elihu Katz estudou a cobertura de fatos muito específicos pela imprensa audiovisual. Acontecimentos, por exemplo, como o funeral do presidente de uma nação, os Jogos Olímpicos, a visita de um chanceler a outro Estado, etc. A esses acontecimentos, Katz chamou os “grandes dias de festa dos *media*”. Segundo Katz (1993, p. 58), “o tratamento mediático do acontecimento começa muito antes da hora oficial do início, e enquanto a atenção e o entusiasmo se centram no que está preste a acontecer”.

No caso específico do papa João Paulo II, sua morte e seu funeral são eventos esperados. Ou seja, a própria morte é aguardada. É o “acontecimento mediático”. Seis ingredientes básicos definem esse conceito. O acontecimento

precisa ser transmitido ao vivo (a televisão estava em peso na praça de São Pedro), ser pré-planejado (um funeral, por exemplo, passa a estar na pauta jornalística no momento da morte de uma autoridade), enquadrado no tempo e no espaço (há início, fim e local para o acontecimento ocorrer), ter como destaque uma personalidade heróica (sem dúvida, o papa João Paulo II era), ter grande significado dramático ou ritual (a exposição do corpo do papa é uma tradição da Igreja de mais de 700 anos) e ter força de levar as pessoas obrigatoriamente a acompanhar o desenrolar da história – mais de um milhão de poloneses estiveram no Vaticano para ver o filho ilustre da pátria (KATZ, 1993, p. 52). Mesmo que o presente estudo não tenha analisado a mídia televisiva, esses ingredientes básicos estão contemplados na cobertura da morte e do funeral de Karol Wojtyla.

Katz explica a razão dos “grandes dias de festa dos *media*”.

Se se analisa a retórica dos acontecimentos mediáticos encontrar-se-á, acredito, uma *reverência* que é totalmente atípica do jornalismo cotidiano. Nas suas voltas diárias, o repórter é geralmente cínico: ele distancia-se do acontecimento. O apresentador de um acontecimento mediático, todavia, assume freqüentemente um papel *sacerdotal*, agindo como um mestre de cerimônias (...) Têm um ar sagrado, um caráter referencial que difere tanto do mundo diário dos assuntos públicos, dos feriados que se seguem aos conflitos, como das meras quotidianas. É como se estivessem a dizer-nos algo sobre a nobreza do homem e a unidade da sociedade (KATZ, 1993, p. 55).

Os *media events* são de três naturezas, segundo Katz. “O tipo mais nobre é o que se poderia chamar de *missão heróica*. Inclui os astronautas, Sadat, João Paulo II (...) É a ‘estória’ de um herói a desafiar a lei natural” (1993, p. 55). Porém, no caso particular deste trabalho, interessa um segundo tipo de acontecimento mediático: a *ocasião de estado*. Assim define Katz (1993, p. 56): “Quando a ocasião marca o começo ou o fim de uma era (...), ou quando se abre um poço de incerteza, (...) e a ansiedade pela sucessão, a nação ou o mundo participam, petrificados, na

cerimônia”. Convém afirmar que o funeral de João Paulo II, especificamente, e o conseqüente conclave para a escolha do futuro papa, Bento XVI, são exemplos notórios. O autor português Mauro Mesquita assim resume o que seria a *ocasião de estado*. No caso, Mesquita (2004) a chama de *coroação*. “As coroações correspondem a cerimônias fortemente ancoradas na história, como as tomadas de posse dos governantes, os casamentos reais ou os funerais de Estado”⁷. Um terceiro tipo de acontecimento mediático é a chamada *competição*. Segundo Katz, é, entre todas, a mais familiar. O tipo não será tratado ao longo da pesquisa.

Esse acontecimento com ares de cerimônia, “ancorado na história” e na tradição, ganha particular força na televisão. É a telecerimônia. A morte de Karol Wojtyła é naturalmente dramática. A presença massiva da televisão na vida das pessoas levou o drama para dentro das residências ao redor do mundo. Três elementos compõem a dramaticidade do *event*. “Há a questão da sua 'natureza programada': o que sabemos com antecedência da coreografia do acontecimento” (KATZ, 1993, p. 56). Um segundo elemento é o risco do que estava planejado não ocorrer. E, como elemento final, o fator surpresa, a interrupção do fato, como a suspensão de um funeral que havia sido programado.

Mesmo que saibamos o programa, e as hipóteses de aborto sejam pequenas, há um mistério nas ações dos grandes homens, mesmo nos seus funerais, que nos fascinam. Tentará alguém atacar a Rainha durante a sua Coroação? Será o Papa vítima de um ataque do coração? Será que o corpo está imóvel no caixão? (LEWIS apud KATZ, 1993, p. 56).

⁷ MESQUITA, Mário. Legitimação política e acontecimentos cerimoniais. In: OBSERVATÓRIO DA COMUNICAÇÃO, 03., 2005, Coimbra. Disponível em: <<http://www.obercom.pt/2004/observatorio03/11.htm>> Acesso em: 3 nov. 2005.

2.2 A fabricação de uma estrela-mito

O filósofo francês Edgar Morin estudou os atores que ascendiam a mito pelo cinema nas décadas de 60 e 70 do século XX. Antes, havia publicado trabalho sobre as personalidades que se tornavam conhecidas das massas a partir dos meios de comunicação. A decadência do *star system*, como o pensador chamou o sistema de formação de estrelas pela indústria cinematográfica, a partir da popularização mundial da televisão na metade do século XX, não exime a possibilidade de utilizar seus conceitos para apontar como se transfigura o mito-estrela João Paulo II especificamente na imprensa brasileira durante um período do mês de abril de 2005.

Agora, será que o papa João Paulo II pode mesmo ser enquadrado sob essa perspectiva de análise, assim como o mito produzido por sua imagem e seus atos. Como nasce o “personagem” encarnado por Karol Wojtyla na vida real e imaginária (midiática)?

Para os autores estudados, o mito – assim como o espetáculo, que veremos mais adiante – é uma conseqüência da sociedade contemporânea, que fundamenta a comunicação através dos *mass media* que têm como lógica a ampliação do número de leitores, ouvintes e telespectadores. Em outras palavras, a mídia é mais um dos braços do capitalismo e a ampliação dos consumidores finais é característica natural desse sistema de produção.

Tão logo, o papa João Paulo II também é um mito dessa sociedade de consumo, capitalista. A afirmativa, em nenhum momento é pejorativa. E não deve

ser encarada como uma afronta a esse regime de produção. Mas, sim, como uma característica inerente ao regime.

A observação dessa característica levou o filósofo francês Edgar Morin, na obra⁸ na qual estuda a constituição dos personagens de cinema como astros das grandes audiências, a definir a estrela como “a mercadoria símbolo do capitalismo” (1989, p. 76). Segundo o autor, “a estrela é (...) como esses produtos manufaturados que têm sua multiplicação massiva assegurada pelo capitalismo quando este se torna industrial” (1989, p. 77). E, como se não bastasse, “a multiplicação da sua imagem, ao invés de alterá-la, a torna ainda mais desejável” (1989, p. 76).

“Toda a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresenta como uma imensa acumulação de espetáculos” (DEBORD, 2002, p.13). O mito é, naturalmente, ingrediente desse processo. Tão quanto o consumidor, o destinatário final que absorve justamente o que o mito oferece. O espetáculo exige a existência desse mito, segundo a lógica do capital. É a referência a algo a se consumir. Referência à mercadoria, como aponta Debord.

O espetáculo é o momento em que a mercadoria ocupou totalmente a vida social. Não apenas a relação com que a mercadoria é visível, mas não se consegue ver nada além dela: o mundo que se vê é o seu mundo (2002, p. 16).

Debord acredita que o espetáculo nada mais é do que o sentido da prática de uma formação econômico-social (2002).

A economia toda tornou-se então o que a mercadoria tinha mostrado ser durante essa conquista: um processo de desenvolvimento quantitativo. Essa exibição incessante do poder econômico sob a forma de mercadoria, que transfigurou o trabalho humano em trabalho-mercadoria,

⁸ MORIN, Edgar. As Estrelas: mito e sedução no Cinema. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

em assalariado, resultou cumulativamente em uma abundância na qual a questão primeira da sobrevivência está sem dúvida resolvida, mas resolvida de um modo que faz com que ela sempre torne a aparecer; ela se apresenta de novo num grau superior (2002, p. 29).

Como foi dito no capítulo anterior, o papa João Paulo II foi um ídolo de multidões. Sua condição de líder supremo do catolicismo, seu carisma, a aproximação com o povo. Naturalmente, a consequência foi a popularidade. Característica de um mito-estrela, segundo Morin (1984, 1989). “Quando se fala em mito da estrela, trata-se, portanto, em primeiro lugar do processo de divinização a que é submetido o ator de cinema, e que faz dele ídolo das multidões” (1989, p. 26).

Enquanto a mola que impulsiona a popularização do ator de cinema é a própria sala de projeção, o pontífice teve o jornal, o rádio e a televisão, além das missas que costumava rezar, no Vaticano. Suas ações, discursos e gestos ganharam os meios de comunicação de massa.

Em **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo - neurose** (1984), Edgar Morin fala nos “olimpianos modernos”, nas “vedetes da grande imprensa”. O olimpiano, o mito-estrela, é parte dessa cultura de massa.

Heróis do imaginário cinematográfico, são também os heróis da informação vedetizada. Estão presentes nos pontos de contato entre a cultura de massa e o público: entrevistas, festas de caridade, exibições publicitárias, programas televisados ou radiofônicos. Eles fazem os três universos se comunicarem; o do imaginário, o da informação, o dos conselhos, das incitações e das normas. Concentram neles os poderes mitológicos e os poderes práticos da cultura de massa. Nesse sentido, a sobreindividualidade dos olímpianos é o fermento da individualidade moderna (1984, p. 108).

A idéia de homem santo e líder religioso o coloca naturalmente em evidência na vida real. Justamente como algo sagrado. Isso o diferencia dos demais

olimpianos. Essa é característica particular do pontífice. Morin (1984, 1989) faz essa diferenciação.

Sob a inibidora pressão da realidade informativa e do realismo imaginário, sob a pressão orientadora das necessidades de identificação e das normas da sociedade de consumo, não há grande arrebatamento mitológico, como nas religiões ou nas epopéias, mas um desdobramento ao nível da terra. O Olimpo moderno se situa além da estética, mas não ainda na religião (1984, p. 109).

Ou seja, há a necessidade de ser visto, reconhecido por todos. O também francês Pierre Bourdieu⁹ fala sobre essa necessidade, que não é moderna, mas que ganhou contornos midiáticos exatamente na sociedade contemporânea.

Tenho a impressão de que, [alguém] ao aceitar participar [de um programa de televisão] sem se preocupar em saber se poderá dizer alguma coisa, revela-se muito claramente que não se está ali para dizer alguma coisa, mas por razões bem outras, sobretudo para se fazer ver e ser visto. 'Ser, dizia Berkeley, é ser percebido'. Para alguns de nossos filósofos (e de nossos escritores), ser é ser percebido na televisão, isto é, definitivamente, ser percebido pelos jornalistas, ser, como se diz, *bem-visto* pelos jornalistas (o que implica muitos compromissos e comprometimentos) (...) eles não têm outro recurso se não aparecer freqüentemente quanto possível no vídeo, escrever, portanto, a intervalos regulares (BOURDIEU, 1997, p. 16-17).

Não é à toa, portanto, que o filósofo francês aponta os meios de comunicação de massa como o novo Olimpo. A imprensa funciona como o palco onde deuses e semideuses transitam. Ali eles sobrevivem, na concepção de Bourdieu. Segundo Morin (1984, 1989), “o olimpismo de uns nasce do imaginário, isto é, de papéis encarnados nos filmes (astros), o de outros nasce de sua função sagrada (realeza, presidência), de seus trabalhos heróicos (campeões, exploradores) ou eróticos (*playboys, distels*)” (1984, p. 105). O filósofo explora o conceito.

Os novos olímpianos são, simultaneamente, magnetizados no imaginário e no real, simultaneamente, ideais inimitáveis e modelos imitáveis; sua dupla natureza é análoga à dupla natureza teológica do herói-

⁹ BOURDIEU, Pierre. Sobre a Televisão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

deus da religião cristã: olimpianas e olimpianos são sobre-humanos no papel que eles encarnam, humanos na existência privada que eles levam. A imprensa de massa, ao mesmo tempo em que investe os olimpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação (1984, p. 106).

No estudo sobre as estrelas do cinema, Morin (1984, 1989) também afirma que aqueles atributos apresentados na tela – como o carisma, por exemplo – quando os atores encarnam seus papéis, deve ser manifestado na vida privada. “Ela [a estrela] não pode ser apressada, desatenta, descuidada com seus admiradores. (...) Tem a autoridade do coração e da alma. É constantemente solicitada a dar conselhos íntimos, sentimentais e morais” (MORIN, 1989, p. 32). O papa, por sua vez, já assume o papel de conselheiro entre os fiéis. A mídia acaba fortalecendo essa característica.

No caso do falecimento de Karol Wojtyla, a imprensa invade seu passado, seu presente e faz projeções quanto a seu futuro. Afinal, será canonizado? O homem santo será santo para os olhos da Igreja e de seus fiéis? Os jornalistas extraem do fato o quanto é possível. Até o impossível acaba se tornando passível de possibilidade.

Karol Wojtyla e o papa João Paulo II sobrevivem na mídia, como prova de que chegaram ao novo Olimpo. O filme é a “máquina de duplicação da vida” (MORIN, 1989). A imprensa, de certa forma, desempenha função semelhante no caso do papa João Paulo II.

O filme (...) apela aos mitos heróicos e românticos que se encarnam na tela, repondo em ação os velhos processos imaginários de projeção e identificação de que são feitos os deuses (...) Para a maioria dos espectadores, a divindade da estrela é embrionária. Deleções singulares, emoções, sonhos, sentimentos de ternura e admiração já exprimem uma certa religiosidade. Se o sentimento ainda não é a religião, constitui o seu

terreno fértil. É ali, com efeito, que o sentimento fermenta com candura e fervor e onde a divindade da estrela se desenvolve (MORIN, 1989, p. 67-68).

Debord (2002) fala sobre a origem desse espetáculo. Segundo ele, “a raiz do espetáculo está no terreno da economia que se tornou abundante” (2002, p. 39). Portanto, o espetáculo é produto, visto que mito e consumidores configuram a relação de troca. “A realidade surge no espetáculo, e o espetáculo é real. Essa alienação recíproca é a essência e a base da sociedade existente” (2002, p. 15).

Essa característica social se torna para Debord um problema existencial da própria sociedade contemporânea.

O espetáculo é o herdeiro de toda a fraqueza do projeto filosófico ocidental, que foi um modo de compreender a atividade dominada pelas categorias do ver da mesma forma, ele se baseia na incessante exibição a racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento. (...) A vida concreta de todos se degradou em universo especulativo (2002, p. 19) (grifo nosso).

Pode-se dizer que a especulação também dominou a cobertura da morte de Karol Wojtyła. Sendo os autores, os próprios agentes dos meios de comunicação de massa. Entre as características dessa cobertura, a especulação a respeito da morte do papa pelos *mass media*. Logo depois, as perguntas constantes na mídia, principalmente as enquetes televisivas (o “fala povo”), sobre a possibilidade de Karol Wojtyła ser santificado ou as matérias que acompanhavam junto a casas de apostas¹⁰ o cardeal mais cotado para assumir a posição de sumo pontífice.

Em grande parte, a explicação para esse tipo de cobertura estaria no argumento de que o público pede por tal atuação da imprensa. Porém, Debord

¹⁰ Essas reportagens não foram analisadas por esta pesquisa.

(2002) acredita que os meios de comunicação de massa não são neutros. E a administração desses “instrumentos” da sociedade contemporânea trabalha a favor da acumulação, do lucro.

A sociedade do espetáculo é a forma que escolhe seu próprio conteúdo técnico. Se o espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos meios de comunicação de massa, que são sua manifestação social mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao automovimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa 'comunicação' é essencialmente unilateral; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração (DEBORD, 2002, p. 20).

2.3 A notícia, o mito e o espetáculo

A cobertura da imprensa à morte do polonês Karol Wojtyla escancara mecanismos de constituição de um espetáculo que funciona a partir da lógica do capital. Isso vem a reafirmar a idéia de que os veículos de comunicação de massa constroem seus mitos-estrela com o objetivo de conquistar a audiência e, como pano de fundo, exercer o objetivo de qualquer empresa capitalista: o lucro.

Os ingredientes essenciais desse espetáculo são o mito e a multidão. Ou seja, o “produto manufaturado com sua multiplicação massiça” (MORIN, 1989, p. 77) e os consumidores. Guy Debord (2002), filósofo francês, agitador social e diretor de cinema fez uma das mais duras críticas à constituição desse sistema de espetáculo.

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo

constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade. É a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e o consumo que decorre dessa escolha. Forma e conteúdo do espetáculo são, de modo idêntico, a justificativa total das condições e dos fins do sistema existente (2002, p.14).

Porém, para entender como funciona o “show”, é preciso entender como se dá o processo de produção da notícia. O francês Pierre Bourdieu (1997) afirma que

o princípio da seleção é a busca do sensacional, do espetacular. [Os jornalistas] têm 'óculos' especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado (...) Os jornalistas, a grosso modo, interessam-se pelo excepcional, pelo que é excepcional para eles (1997, p. 25-26).

A morte do papa João Paulo II configurou esse “extraordinário”. Afinal, foi um fato atípico para uma das personalidades com maior representação (visibilidade) dentro e fora da mídia.

O início dessa busca pelo inusitado no caso da morte do pontífice começou já na metade de março, quando o Vaticano tornou público o estado de saúde deficiente do pontífice. Até sua morte, no dia 04 de abril, a imprensa de todo o mundo ainda aterrissava na Praça de São Pedro. E não somente na praça, como percorria o globo “garimpando” o “excepcional”. Por exemplo, a possibilidade de que um gaúcho, o arcebispo da cidade de São Paulo, Dom Cláudio Hummes, fosse o futuro papa, trouxe ao pequeno município de Brochier, no Rio Grande do Sul, diversos veículos da imprensa internacional, como a rede BBC (Inglaterra) e o New York Times (EUA).

Seguindo a concepção de Bourdieu sobre o papel da imprensa, essa perseguição pelo “furo” – a notícia em primeira mão – é que dita as regras, normas e padrões de conduta no jornalismo.

Para ser o primeiro a ver e a fazer ver alguma coisa, está-se disposto a quase tudo, e como se copia mutuamente visando a deixar os outros para trás, a fazer antes dos outros, acaba-se por fazerem todos a mesma coisa, e a busca da exclusividade, que, em outros campos, produz a originalidade, a singularidade, resulta aqui na uniformização e na banalização (1997, p. 27).

A mobilização cada vez mais constante de fiéis na Praça de São Pedro e em outros cantos do mundo – no mesmo ritmo pelo qual os profissionais de imprensa agiam –, leva a perguntar de quem é a necessidade do aumento no volume de informação sobre determinado assunto? Dos agentes da mídia ou dos consumidores – leitores, ouvintes e telespectadores? Ao menos, o resultado dessa corrida é possível avaliar, segundo Bourdieu.

O que tenho no espírito é que os produtos jornalísticos são muito mais homogêneos do que se acredita (...) Ninguém lê tantos jornais quanto os jornalistas (...) Para os jornalistas, a leitura dos jornais é uma atividade indispensável e o *clipping* um instrumento de trabalho: para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram. Esse é um dos mecanismos pelos quais se gera a homogeneidade dos produtos propostos (1997, p. 30-32).

Mesmo aqueles que informam, também são informados. E, muito freqüentemente, as fontes que saciam a curiosidade jornalística são as agências de notícias nacionais e internacionais e as próprias fontes oficiais, como as assessorias de imprensa do governo, da polícia, dos hospitais, entre outras. Bourdieu (1997, p. 35) comenta a questão mais uma vez sobre a perspectiva da homogeneização. “A parte mais determinante da informação, isto é, *essa informação sobre a informação* que permite decidir o que é importante, o que merece ser transmitido, vem em grande parte dos outros informantes”.

O pensador francês também fala em outras formas de censura e homogeneização da informação.

Os jornalistas, que, de resto, têm muitas propriedades comuns, de condição, mas também de origem e de formação, (lêem-se) uns aos outros, (vêm-se) uns aos outros, (encontram-se) constantemente uns com os outros nos debates em que se revêem sempre os mesmos, tem efeitos de fechamento e, não se deve hesitar em dizê-lo, de *censura* tão eficazes [...] quanto o de uma burocracia central, de uma intervenção política expressa (BOURDIEU, 1997, p. 34-35).

Para identificar o fator que determina porque uma informação merece mais destaque do que outra, o Bourdieu trabalha com a hipótese que define como “índice de audiência”. De maneira simplificada, uma notícia ganha maior espaço (tempo) na televisão – e, por isso, os institutos de pesquisa que indicam o que querem e vêem uma parcela de telespectadores – pela lógica do mercado.

O índice de audiência é essa medida da taxa de audiência de que se beneficiam as diferentes emissoras (...) Essa medida tornou-se o juízo final do jornalismo (...) Há, hoje, uma 'mentalidade-índice-de-audiência' nas salas de redação, nas editoras, etc. Por toda à parte, pensa-se em termos de sucesso comercial. Há apenas uns trinta anos, e isso desde meados do século XIX, desde Baudelaire, Flaubert etc., no círculo dos escritores de vanguarda, dos escritores para escritores, reconhecidos pelos escritores, ou, da mesma maneira, entre os artistas reconhecidos pelos artistas, o sucesso comercial imediato era suspeito: via-se nele um sinal de comprometimento com o século, com o dinheiro (1997, p. 37).

Katz explica que existem problemas na transmissão de um acontecimento mediático, que tanto influenciam a atividade jornalística, como podem influenciar o próprio evento. O primeiro problema é a escolha do acontecimento.

O director tem de escolher entre várias imagens, o narrador tem que decidir quais as acções a salientar, os comentadores e os analistas têm de os enquadrar num contexto (...) O acontecimento é meramente ritual ou realmente crítico? Certamente que o ritual e a resposta emocional de um mundo espetaste é mais do que justificação suficiente para um acontecimento mediático (KATZ, 1993, p. 56-57).

A cobertura de um acontecimento mediático pelos *mass media* “celebra” o próprio acontecimento. “Todo mundo está ali para ver a associação íntima das estrelas do *fourth estate* ('quarto poder') com o heroísmo e a majestade” (KATZ,

1993, p. 58). Há uma tensão constante entre o jornalista e os produtores, editores, diretores e proprietários das empresas de comunicação. “Há algo como um pacote não escrito entre os organizadores do acontecimento e os produtores” (1993, p. 57). Por exemplo: a assinatura de um convênio entre o governo de um país em desenvolvimento e uma multinacional em cadeia televisiva onde uma multidão grita palavras de protesto. Katz diz que “o papel do jornalista é obviamente o de pedir uma interrupção da cerimónia e o envio de uma câmara para a manifestação; o papel sacerdotal (dos produtores, editores, diretores), todavia, (implica) um compromisso com a integridade da cerimónia” (1993, p. 57).

A consequência dessa disputa é a influência dos *media* no resultado do acontecimento.

Os *media* editam o acontecimento no próprio momento em que o acontecimento está a ser transmitido, e por mais reverente que seja, mostram as dimensões do acontecimento que não foram previstas pelos organizadores e foram ocultadas das pessoas presentes (...) Os *media* transmitem tanto o fracasso como o sucesso (...) Existe o perigo de que os *media* – cooperando com os actores principais – possam dramatizar um acontecimento a ponto de aumentar sua probabilidade de fracassar (KATZ, 1993, p. 58-60).

O fato da morte de João Paulo II ganhar as páginas em jornais, revistas e portais de internet e os espaços em rádio e televisão remete à hipótese do agendamento, desenvolvida pelos pesquisadores norte-americanos Maxwell McCombs e Donald Shaw, a partir do final da década de 60. Fala-se em hipótese “por ser um sistema aberto, sempre inacabado, adverso ao conceito de *erro* característico de uma teoria” (HOHLFELDT, 2005, p. 189). Não convém aqui aprofundar sobre a hipótese do *agenda setting*. Porém, apontar as idéias que se aplicam especificamente à cobertura da morte e funeral do papa João Paulo II.

Hohlfeldt (2005, p. 201), explicando o conceito, diz que um acontecimento ganha “relevância” quando “acaba sendo noticiado por todos os diferentes mídias, independentemente do enfoque que lhe venha a ser dado”. Foi assim com a cobertura da morte e do funeral de Karol Wojtyła. McCombs e Shaw também descobriram que apesar dos mídias serem de natureza diversa – impressa, radiofônica, televisiva e eletrônica –, “possuem traços em comum e semelhanças na maneira pela qual atuam na transformação do relato de um acontecimento que se torna notícia”, segundo Hohlfeldt (2005, p. 201). No sub-capítulo anterior, Bourdieu (1997) chama esse princípio de *homogeneização* da informação.

Diferentemente do princípio do *índice de audiência*, proposto por Bourdieu, Hohlfeldt (2005) explica que os pesquisadores norte-americanos acreditaram que é pela força da mídia impressa que se realiza a hipótese do agendamento. O que reforça a validade do presente estudo a partir da escolha pela análise de revistas semanais brasileiras.

Descobriu-se que também havia um interagendamento entre os diferentes tipos de mídia, chegando-se mesmo a perceber que a mídia impressa possui certa hierarquia sobre a mídia eletrônica, tanto no que toca ao agendamento do receptor em geral (pela sua maior permanência e poder de introjeção através da leitura) quanto sobre as demais mídias (que, por sua vez, evidenciam maior dinamicidade e flexibilidade para expandir a informação e complementá-la) (HOHLFELDT, 2005, p. 198).

O mito, portanto, também nasce desse agendamento. A presença constante nos *media* leva as pessoas a se identificarem com sua imagem, seus atos, suas estórias. O personagem se torna pauta de discussão entre os amigos, colegas de trabalho. Em outras palavras, integra – consciente ou inconscientemente – o dia-a-dia da grande massa. No capítulo seguinte, será possível entender como o olhar proposto pelos autores se aplica nas revistas Carta Capital, Época, Istoé e Veja.

3 O CAMINHO E A OBSERVAÇÃO DO MITO

A imagem de João Paulo II como pai dos poloneses era intocável em vida. Morto, ele começa a ser venerado como santo (VEJA, 13 abr. 2005, p. 91).

3.1 O método

A morte e o funeral do papa João Paulo II ganham considerável destaque na imprensa brasileira e mundial. Como vimos no capítulo anterior, são vários os motivos que levam Karol Wojtyła – ou temas relacionados a ele – a figurar na capa e nas principais matérias de jornais, revistas, *websites* e programas de rádio e televisão. Trata-se, pois, de um líder religioso mundial. Mais do que isso: um personagem que de 1978 a 2005 teve presença cativa nos meios de comunicação de massa. Ora por seu posicionamento polêmico quanto a temas sociais, como o aborto e a união de homossexuais; ora quanto a sua postura incisiva nas questões de mundo, como a condenação da invasão norte-americana no Iraque, em 2002; ora pelo seu carisma. A consequência é que grande parte das autoridades mundiais, fiéis – cristãos e não-cristãos – e a própria imprensa duvidam que em pouco tempo (ou, talvez, nunca) um papa – e, mais ainda, um personagem mundial –, seja tão popular como permanece a figura de João Paulo II.

A análise proposta por esta pesquisa é uma tentativa de apontar alguns dos mecanismos pelos quais a imprensa brasileira apresentou o mito e o espetáculo a partir do “acontecimento mediático” (KATZ, 1993, grifo do autor), que foi a própria cobertura da morte, no dia 02 de abril, e funeral de Karol Wojtyła, no dia 08 de abril.

Para isso, fundamenta a análise nos princípios de construção do mito, por Morin (1984, 1989), e na sociedade como palco de um espetáculo midiático, segundo Debord (2002). O trecho a seguir foi extraído da revista Carta Capital¹¹.

Aquele papa transfigurado pela dor, que vimos surgir de sua janela na praça de São Pedro, no domingo de Páscoa, talvez tenha sido uma 'marionete' que fez parte do espetáculo televisivo 'patético', como alegara, semana passada, o diário francês Libération (p. 23).

Com base no que diz o Katz (1993) sobre o acontecimento, é importante lembrar que o estado de saúde do papa já vinha definindo desde fevereiro de 2005. Sua última aparição aos fiéis aglomerados na praça de São Pedro, da janela de seus aposentos, no Vaticano, dia 30 de março, uma quarta-feira, repete a cena do domingo de Páscoa, quando João Paulo II tenta, porém em vão, pronunciar algumas palavras à massa. No dia 31 de março, a Igreja dá a Extrema Unção a Karol Wojtyła.

A mídia, naturalmente, aguarda a morte e se prepara para a cobertura do funeral do pontífice. Está configurado o acontecimento mediático. O papa agoniza em praça pública. O jornalista Gianni Carta na edição do dia seis de abril¹² da revista Carta Capital, faz um comentário sobre a participação da imprensa. “Contra ou a favor das duas últimas aparições públicas do papa, todos os observadores pareciam concordar que a Igreja Católica usou a mídia para difundir suas idéias, e uma certa imagem de João Paulo II”. E cita a opinião do jornal francês Libération.

Para Patrick Sabatier, do diário francês Libération, a benção do papa na Páscoa não passou de 'um espetáculo patético de um homem contorcendo-se de dor, mudo, gestos mecânicos de marionete, exibido em uma janela do Vaticano durante a leitura de uma mensagem, atribuída a ele, mas a qual ele não pôde certamente ditar, nem mesmo escrever'. Sem rodeios, Sabatier sustenta que a Igreja Católica fez um 'pacto com essa encarnação moderno do diabo que é a mídia (p. 36).

¹¹ Reportagem especial do dia 13 abr. 2005, de autoria do jornalista Gianni Carta. O jornalista foi um dos repórteres brasileiros presentes no Vaticano na ocasião da morte de Karol Wojtyła.

¹² A edição citada não integra o objeto de análise.

Com base no olhar teórico apresentado, optou-se por utilizar o método comparativo nas quatro principais revistas semanais brasileiras: Carta Capital, Época, Istoé e Veja. Essas revistas têm como características o fato de não fazerem distinção quanto à religião dos leitores (destinadas a públicos laicos), a inserção em setores das classes média e alta nacionais, a familiaridade com o público e a tiragem. A Época, a mais recente das publicações, já está há mais de cinco anos no mercado. A Veja, por exemplo, na edição de 13 de abril de 2005, imprimiu 1.225.518 exemplares, o que a torna um dos semanários mais lidos no mundo. O método comparativo possibilita aplicar a análise em um mesmo período de tempo nas matérias das quatro revistas. Assim, possibilita “enxergar” elementos comuns e diferentes. Para a partir daí, fazer o cruzamento segundo o que os autores exploraram ao longo do referencial teórico. Vale ressaltar que a análise do texto impresso foi escolhida em razão do que aponta a hipótese do *agendamento*. “A mídia impressa possui certa hierarquia sobre a mídia eletrônica, tanto no que toca ao agendamento do receptor em geral (...) quanto sobre as demais mídias” (HOHLFELDT, 2005, p. 198).

Definido o método, busca-se a técnica. Logo, a escolha recai sobre a análise de conteúdo qualitativa, de Laurence Bardin (1977). Segundo a autora, a análise de conteúdo se organiza a partir de três pólos cronológicos: a *pré-análise*, a *exploração do material* e o *tratamento dos resultados*.

A primeira fase é a organizacional, quando se escolhe os documentos a serem analisados, momento em que o pesquisador propõe suas hipóteses para futuramente comprová-las – ou decide por não trabalhar com elas –, delimita o tema

e prepara o material para posteriormente analisá-lo. No caso desta pesquisa, decidiu-se por não levantar hipóteses. A decisão é baseada em motivação pessoal do pesquisador de não trabalhar visando comprovar as hipóteses, mas permanecer atento aos resultados, sejam eles quais irão surgir.

Mais precisamente, optou-se por analisar as reportagens nas quatro principais revistas semanais brasileiras citadas que durante o período da morte e uma semana após o funeral, deram o papa – algum assunto relacionado a ele – como capa. Seis publicações se enquadraram no critério estabelecido: duas edições da revista Época (04 e 11 de abril) e Veja (06 e 13 de abril), uma da Carta Capital (13 de abril) e uma da Istoé (13 de abril). A esse campo de análise dá-se o nome de *corpus*.

A segunda fase da análise de conteúdo, a *exploração do material*, Bardin (1977) define como “a administração sistemática das decisões tomadas (...) Consiste em operações de codificação, desconto ou enumeração, em função de regras previamente formuladas” (p. 101). A terceira fase compreende a *interpretação dos resultados* obtidos na análise. É quando o investigador confronta o material entre si, infere sobre os resultados e interpreta as surpresas que a investigação propõe.

Na segunda fase, após a leitura das reportagens, baseou-se em uma idéia de Bourdieu (1997) para definir a análise dos textos.

De fato, paradoxalmente, o mundo da imagem é dominado pelas palavras. A foto não é nada sem a legenda que diz o que é preciso ler – legendum –, isto é, com muita freqüência, lendas, que fazem ver qualquer coisa. Nomear, como se sabe, é fazer ver, é criar, levar à existência (1997, p. 26).

Como propõe Bardin (1977), nesse momento foi importante decidir o porquê da análise e como realizá-la. “Tratar o material é codificá-lo” (BARDIN, 1977, p. 103). As várias páginas de leitura obrigaram a uma ordenação do conteúdo em unidades. Observou-se ao longo das matérias quais eram os temas mais presentes que tinham – ou não – relação com o olhar teórico da pesquisa. Como pano de fundo, por assim dizer, aqueles que contribuíam para apontar a mitificação de João Paulo II (e, conseqüentemente, o espetáculo) e a comprovação do “acontecimento mediático”. Seguindo essa idéia, chegou-se a duas categorias: o mito e o elemento dramático na construção do evento.

Assim define Bardin (1977) o processo de classificação. “Repartir os elementos e, portanto, procurar ou impor uma certa organização às mensagens” (1977, p. 118). Pode-se dizer, portanto, que baseado nas técnicas de análise de conteúdo, o objetivo da pesquisa seria mais bem alcançado com a análise temática. Sendo assim, uma análise de conteúdo temática qualitativa. Bardin (1977) aponta a principal característica da técnica.

Caracteriza a análise qualitativa é o facto de a 'inferência' – sempre que é realizada – ser fundada na presença do índice (tema, palavra, personagem, etc.), e não sobre a frequência da sua aparição, em cada comunicação individual. [A análise qualitativa] pode funcionar sobre *corpus* reduzidos e estabelecer categorias mais discriminantes (...) Seleciona estes índices sem tratar exaustivamente todo o conteúdo, existindo o perigo de elementos importantes serem deixados de lado, ou de elementos não significativos serem tidos em conta (BARDIN, 1977, p. 115).

A primeira categoria de análise se divide entre o mito João Paulo II e sua relação com os meios de comunicação de massa; a segunda é o elemento dramático na constituição do acontecimento e do espetáculo. O método comparativo ficou definido segundo dois critérios: o da semelhança e o da diferença entre os textos.

3.2 Karol Wojtyla na imprensa brasileira

Essa é a terceira e última fase da análise, segundo Bardin (1977). Somente duas entre as quatro revistas semanais noticiaram a morte do papa João Paulo II na capa de suas edições. A revista Veja, por exemplo, lançou um caderno especial sobre a biografia de Karol Wojtyla. Tão logo, a maior parte dos elementos sobre o perfil humano do papa ficaram restritos aquele encarte, que não faz parte da análise proposta pela pesquisa. A revista Época foi a outra publicação que deu a morte do pontífice na capa. Tanto a revista Istoé, como a Carta Capital, não deu nem mesmo chamada de capa para algum assunto relacionado à morte de Karol Wojtyla. Porém, ambas publicações tiveram a notícia. Particularmente, a Isto É foi a publicação que mais espaço editorial reservou entre todas as revistas a um especial sobre João Paulo II. A revista Carta Capital relatou o que os jornais italianos e franceses falaram sobre João Paulo II na semana que antecedeu sua morte e apontou críticas ao papel da mídia.

Na semana seguinte, as edições das quatro revistas dão o papa ou algum assunto relacionado a ele como capa. Na verdade, o foco é a pergunta de quem será o sucessor de João Paulo II. A pergunta já era articulada pela mídia até mesmo antes da morte do pontífice. Especula-se o futuro e se aguarda quem será o acertador. Ou todos serão?

As edições semanais dos dias 11 e 13 de abril de 2005 de Carta Capital, Época, Istoé e Veja agendam a discussão da semana. Na verdade, o jornalismo diário em rádio, televisão, texto e internet, de todo o mundo e – conseqüentemente – do Brasil, já vinham bombardeando telespectadores, ouvintes e leitores.

- Carta Capital:

Manchete de Capa: “e Ele, quem escolheria?”

Texto de apoio: “Uma Igreja cada vez mais midiática se prepara para sagrar o sucessor de João Paulo II”

- Época:

Manchete de Capa: “O Futuro da Fé”

Texto de apoio: “Quais são três correntes que lutam pelo poder”; “Quem é dom Cláudio, o brasileiro bem cotado para ser o novo papa”

- Istoé:

Manchete de Capa: “Dom Cláudio – um papa brasileiro?”

Texto de Apoio: “No maior funeral de um chefe de Estado, líderes de 200 países e mais de um milhão de pessoas dão seu último adeus a João Paulo II”

- Veja:

Manchete de Capa: “Quem?”

Texto de Apoio: “O desafio de eleger um novo papa com carisma, força moral e sabedoria”

É unânime entre as publicações a especulação. Com diferenciações, logicamente. A revista Istoé, por exemplo, parece eleger o futuro papa ao apresentar na capa a foto de um Dom Cláudio Hummes acenando como pontífice¹³. A revista Carta Capital apresenta certa irreverência ao colocar um retrato pintado de Jesus Cristo e indagá-lo “e Ele, quem escolheria?”. Esses elementos vão ser abordados a seguir.

3.2.1 O mito João Paulo II e a mídia

O terceiro pontificado mais longo de todos os tempos chegou a seu término com uma exposição pública de dor jamais vista na história da Igreja Católica. Houve um sentido nisso. Paralisado e silenciado pela doença de Parkinson, João Paulo II transubstanciou seu calvário particular

¹³ Ver capa em Anexos.

numa mensagem universal: a de que não existe redenção sem sofrimento. É a mensagem ao mesmo tempo bela e terrível sobre a qual, afinal de contas, se alicerça o cristianismo. Como forma de superá-la numa era marcada pelo hedonismo, João Paulo II carregou sua cruz diante dos olhos do mundo. Pode-se não concordar com tudo o que o papa polonês pregou e defendeu. Mas é impossível não admirá-lo pela sua coragem na saúde e na doença. Na vida e na morte (VEJA, 06 abr. 2005, p. 89).

A abertura da reportagem do jornalista Mário Sabino, na revista Veja do dia seis de abril, deixa claro o perfil mitológico do falecido papa. Karol Wojtyla é tratado como herói em sua função sagrada (MORIN, 1984, 1989) (“João Paulo II carregou sua cruz diante dos olhos do mundo”), o fim chega através do sofrimento (“não existe redenção sem sofrimento”), o herói e seus feitos notáveis (“o terceiro pontificado mais longo de todos os tempos”). A chamada de capa e texto de apoio, como foto única do papa, a enaltação ao Olimpo, como diria mais uma vez Morin (1984, 1989).

- Veja:

Manchete de Capa: “A Grandeza da Fé”

Texto de Apoio: “Ao expor seu sofrimento terminal, o papa João Paulo II mostrou a coragem dos grandes pastores e o significado original do sacrifício cristão”

Em mais um momento ao longo da reportagem é possível identificar essa característica. “Foi o derradeiro ato de um espetáculo de dor digno dos grandes pastores de almas e que recuperou o significado original do sacrifício cristão” (VEJA, 06 abr. 2005, p. 96-97).

Todas as fotos da reportagem – com exceção da capa da revista e da abertura da matéria – têm um sentido único. As pessoas de todo o mundo rezam pelo pontífice. A ilustração mostra os fiéis concentrados na Praça de São Pedro, no Vaticano, missas na Polônia e em Jerusalém pela saúde do papa, uma polonesa

acendendo vela em determinada igreja na terra natal de Wojtyla. Além disso, em dois momentos o semblante carismático de João Paulo II é exposto, o que reforça o carisma natural dos líderes.

Assim como a revista Veja, a Época enfoca o sofrimento de Wojtyla na capa.

- Época:

Manchete de Capa: “Especial João Paulo II”

Texto de Apoio: “A história e agonia do papa peregrino que mudou o mundo”

Aparece um papa João Paulo II se sustentando em pé a partir de um cajado.

A chamada ressalta o mito, como a da revista da Editora Abril. Porém, a capa com João Paulo II tem a “companhia” de mais três pequenas chamadas.

Diferente da revista Veja, o perfil mitológico não está no texto, mas nas fotos. A reportagem da Isto É não vem a celebrar a figura de João Paulo II. Fala sobre sua caminhada ao pontificado, sua luta política e posicionamento religioso. Há a invasão de editoriais, como propõe a hipótese do agendamento: Perfil, Brasil e A Sucessão. É a única publicação a abrir uma discussão específica sobre a passagem do papa João Paulo II pelo país e o impacto no clero brasileiro. Uma linha cronológica coloca no rodapé do início ao fim da reportagem imagens e momentos históricos que indicam a participação dele desde quando abraça o povo, viagens e reuniões com líderes religiosos. Fotos indicam que a multidão o consagra – identificação com o povo, os fiéis – e seu perfil carismático, como na abertura da reportagem, em que João Paulo II sorri para uma pomba branca voando. Ou quando beija o solo em uma de suas inúmeras viagens.

As reportagens da revista Carta Capital na edição de 13 de abril de 2005 dão especial atenção para a construção do mito e a configuração do espetáculo durante a vida e funeral de João Paulo II. O papel da mídia acaba entrando no bojo das matérias. Justamente pela imprensa ter papel fundamental nesse processo construtivo mitológico, espetacular.

Os textos da Carta Capital foram produzidos pelo jornalista Gianni Carta, correspondente em Paris, mas que na ocasião estava no Vaticano. O título de uma das matérias de sua reportagem especial afirma “E fez-se um santo” (p. 22). O fecho da matéria se adequa à proposta da reportagem “O mais importante é que todos vieram a Roma para prestigiar o papa mais midiático da história. Nascia, assim, um santo, João Paulo II” (p. 26).

O carisma, elemento fundamental para a construção de um perfil mitológico, segundo Morin (1984, 1989), não foi esquecido pela observação do repórter da revista.

Outra prova de que o papa era querido, claro, foram os peregrinos convergindo diariamente para a Cidade Eterna, nesta semana. De fato, a imagem do papa transformou-se, com sua morte, em ícone da fé cristã. Santificado pela mídia. Manchetes de diários, comentaristas de tevê e rádio passaram a referir-se a Wojtyla como 'João Paulo II, o Grande'. Na França, talvez com alguma ironia, a esquerda chama o papa de 'Pope star' (CARTA CAPITAL, 13 abr. 2005, p. 24).

A revista Época do dia 11 de abril também seguiu a linha da revista Carta Capital. Certamente há diferenças na forma de se construir o texto. Porém, em linhas gerais, as duas reportagens falaram sobre um papa da mídia, da relação com a imprensa e a cobertura do funeral e como os fiéis o viam. A reportagem da Época

foi produzida de Roma pela jornalista Beatriz Velloso. A repórter abriu da seguinte maneira sua matéria.

O funeral do papa João Paulo II foi uma metáfora eloqüente do significado de sua atuação na Igreja e no mundo. A cerimônia realizada na manhã da sexta-feira 8 reproduziu as principais características dos 26 anos de pontificado de Karol Wojtyła: foi globalizada, aberta aos jovens, multiplicada na transmissão ao vivo pelas TVs do mundo todo e conservadora, ao observar com rigor a solene liturgia em latim (ÉPOCA, 11 abr. 2005, p. 68).

A presença da mídia internacional ganhou destaque na reportagem da Época. O que, de certa maneira, dá suporte ao “acontecimento mediático” e garante a propagação do espetáculo. “Além dos peregrinos, estavam nas ruas de Roma 4 mil jornalistas, vindos de toda parte – da gigante emissora de TV americana ABC aos árabes do canal Al-Jazeera” (ÉPOCA, 11 abr. 2005, p. 68).

Não se enalteceu João Paulo II em texto reportagem, informativa. As fotos mostravam o desfile do caixão em praça pública, os fiéis chorando, os cardeais rezando, o ecumenismo, a presença de chefes de Estado, inclusive da comitiva brasileira composta pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Porém, discutir a construção de sentido pela imagem não é o que se propõe fazer a presente pesquisa.

A revista Veja do dia 13 de abril apresentou um povo clamando pela santidade do papa. A publicação manteve a postura da outra semana em ressaltar os atributos que tornam o papa João Paulo II mito entre os homens. A chamada de capa, apesar de indicar um pergunta especulando o futuro pontífice, trouxe uma pequena chamada que dizia “‘Santo, Santo’. O Brado da multidão no enterro de João Paulo II”. A mesma linha segue no título da reportagem, “João Paulo II, o Grande, se

despede da vida nos braços do mundo” (p. 63-64) e no *lead* da reportagem da jornalista Vilma Gryzinski. “Em cenas sem precedentes na história, um oceano de gente, dos mais simples aos mais poderosos, afluiu a Roma para a comunhão final com o papa, que foi enterrado sob um brado unânime: 'Santo, santo, santo’” (p. 64).

A reportagem se perguntou em mais de uma ocasião, o porquê de toda aquela multidão acompanhando o funeral. As respostas reafirmavam o espetáculo e a própria existência do mito.

Comoção, fé, respeito, afeto. O sentimento de perda diante de uma figura paterna de dimensões heróicas. Catarse coletiva, um doce entregar-se ao seio da massa. A sensação arrepiante de participar de um momento histórico. Curiosidade, até, por que não? Mas também, num patamar um pouco acima, um difuso desejo de transcendência, de fazer parte de algo maior, de integrar-se a uma experiência espiritual tão distante das realidades. Os mesmos sentimentos que, em vida, João Paulo II despertava, com sua celebrada capacidade de arrebatrar multidões, foram potencializados em níveis espantosos na sua morte (VEJA, 13 abr. 2005, p. 71).

“Pode-se dizer que João Paulo II foi o primeiro papa pop”. Esse foi mais um trecho da reportagem da revista Veja de 13 de abril que apontava a relação de Karol Wojtyla com o mundo contemporâneo. Os feitos do “papa midiático” não foram esquecidos. No trecho que será citado, compara-se o papa João Paulo II com outras personalidades tidas como mitológicas, segundo o entendimento sobre o que é mito.

Em 1995, nas Filipinas, João Paulo II rezou a maior missa da história, acompanhada de 5 milhões de pessoas. Nunca um político, um artista pop ou outro líder religioso reuniu um número tão grande de pessoas num único evento. Isso ajuda a explicar por que ele foi considerado, em uma pesquisa da década de 90, o rosto mais conhecido do planeta (VEJA, 13 abr. 2005, p. 84).

Mais uma vez, parte da imprensa a afirmação de que ela própria contribui para enaltecer o personagem.

[João Paulo II] foi o primeiro papa a aparecer em público calçando tênis, a ser fotografado esquiando. Esses papas criaram uma proximidade e uma identificação com os fiéis, características cativantes que as televisões e os megaeventos públicos, no caso de João Paulo II, cuidaram de propagar a milhões de pessoas (VEJA, 13 abr. 2005, p. 85).

A revista Istoé de 13 de abril manteve a linha das demais publicações. Citou o evento midiático que foi o funeral, ressaltou a importância do momento, na sua concepção, e da figura de João Paulo II para o mundo. “O papa tinha consciência de que seu papel histórico, afinal de contas, transcendia em muito o do cardeal Karol Wojtyła, de Cracóvia” (ISTOÉ, 13 abr. 2005, p. 87).

3.2.2 O papa e o elemento dramático

De acordo com Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (1980, p. 620)¹⁴, drama é definido como “4. Série de episódios complicados ou patéticos; 5. Acontecimento terrível; sinistro; catástrofe”. Dramatizar, na definição do lingüista, é “tornar ou procurar tornar dramáticos, interessantes ou comoventes como um drama, sofrimentos, fatos, situações” (1980, p. 620).

Um funeral, pode-se pensar, é o ato de dramatizar a morte. Ver o corpo de uma pessoa imóvel, frio e sem cor escancara a morte frente aos olhos. A imprensa, noticiando o funeral, acaba por pulverizar a imagem da morte. Enxergar, nesse caso, é mais impactante do que saber sobre o fato.

Um mito também é constituído de elementos dramáticos. Ele mexe com o interior das pessoas. Seu carisma faz seguidores. Agora, o que acontece quando a

¹⁴ FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Novo Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 1980.

figura do mito se perpetua, como a de Karol Wojtyła? Não seria possível afirmar uma resposta – visto que o estudo não pretende compreender os mecanismos psicológicos de motivação –, mas propor um entendimento. Se Morin (1984, 1989) afirma que a multiplicação da imagem, ao invés de alterá-la, a torna ainda mais desejável, é porque a figura de uma estrela falecida gera, no mínimo, curiosidade. Arrisca-se dizer que é o componente dramático um dos fatores determinantes para levar a massa ao último adeus, em praça pública, a Karol Wojtyła.

Já na chamada da reportagem de capa da revista Istoé do dia 13 de abril, especula-se a eleição de um papa brasileiro. Na única chamada de apoio, a publicação dá destaque o funeral, o ritual do adeus ao papa João Paulo II. É o acontecimento que, pela mídia, torna-se “mediatizado”.

A revista Istoé acaba por não explorar por demais a figura do mito. Fala-se mais na dimensão do evento e componentes desse espetáculo, como a própria reportagem aponta.

Uma multidão de fiéis calculada em cerca de um milhão de pessoas, vindas de todos os cantos da Terra, invadiu as ruas de Roma para dar seu último adeus ao papa peregrino. Nas colunas de Berinini na praça de São Pedro, 300 mil pessoas se aglomeraram para assistir à missa por João Paulo II, enquanto outras 700 mil se espalhavam em vários pontos de Roma, onde foram instalados telões. Nos dias anteriores, outro milhão de peregrinos esperou até 24 horas numa fila interminável para ver o corpo do papa. Um espetáculo inusitado, típico da sociedade de massa que Karol Wojtyła tanto condenou (ISTOÉ, 13 abr. 2005, p. 86).

Diferente das demais publicações, a reportagem da revista Istoé prefere elementos descritivos sobre o funeral. Istoé opta, principalmente, por contar o evento. A configuração desse momento, dos componentes que envolvem a trama, representa a dramaticidade do próprio funeral.

Protegidos por um esquema de segurança nunca visto na Europa – dez mil policiais e soldados, 950 atiradores de elite, helicópteros, caças pára-quedistas, mergulhadores e esquadrões antiterror –, encontraram-se no maior e mais glamouroso funeral de um chefe de Estado praticamente todos os representantes de poder mundial (ISTOÉ, 13 abr. 2005, p. 86).

As demais publicações também valorizam a descrição do acontecimento. A diferença é que as coberturas de Carta Capital, Época e Veja valorizam em maior grau a relação do papa mito com a mídia. De qualquer maneira, a reportagem da revista Veja do dia 13 de abril também traz o componente dramático no funeral.

Morto, foi como se milhares, milhões, quisessem se aproximar, num antigo e inconsciente ritual, para tomar a si um sopro desse dom. A isso se pode chamar de comunhão. Um fim à altura de João Paulo II. Chamado de 'O Grande' imediatamente depois da morte, foi sepultado ao som de palmas e dos gritos que invocavam um poder superior. 'Santo, santo, santo' (p.71).

A mesma revista salienta um acontecimento inusitado, que, muito provavelmente, dificilmente acontecerá em um curto período de tempo.

Foi a primeira vez que um presidente americano, George W. Bush, compareceu a um funeral no Vaticano – e ainda levando dois antecessores, Bill Clinton e seu próprio pai. Foi a primeira vez também para o homem que Bush chama de enviado do eixo do mal, Mohamed Khatami, presidente do Irã – e mais espantosamente ainda, foi a primeira vez que um representante da república dos aiatolás falou com um presidente de Israel (Moshe Katsav, judeu iraniano, o que permitiu que as palavras trocadas fossem em persa) (VEJA, 13 abr. 2005, p. 70).

Da mesma forma o fez a revista Época de 11 de abril. “A multidão de cerca de 300 mil pessoas que acompanhava a missa fúnebre na praça de São Pedro pedia a canonização de João Paulo II aos gritos de 'Santo, Santo'” (p. 68). E, mais uma vez, pela revista Veja do dia 13 de abril.

O corpo longamente exposto em toda a pungência da carne humana já desprovida do sopro da vida, as veste cerimoniais (a túnica branca; a casula vermelha, cor de luto dos papas, como a usada, em vida, no percurso da Via Crucis; o báculo pastoral; a mitra branca e, no ato final, longe dos olhos do público, o véu de seda colocado sobre o rosto), a

procissão pela praça, a interminável visitação à Basílica de São Pedro (p. 70).

A revista Carta Capital do dia 13 de abril assim abre e descreve o evento na Cidade do Vaticano.

No luto mais midiático da história, aviões, trens, ônibus e automóveis de toda a Itália, e de outros cantos do mundo, convergiram para a Cidade do Vaticano. Entre esses peregrinos locais e globais, 2 milhões viram o corpo do papa João Paulo II, exposto na Basílica de São Pedro, entre segunda-feira 4 e a noite de quarta-feira 6. Chefes de Estado, 200 deles – e mais ondas de fiéis –, chegaram a Roma até a madrugada de sexta-feira 8, dia do enterro do pontífice. Cerca de 5 milhões de peregrinos, pelo menos um milhão deles conterrâneos polacos do falecido, vieram ao Vaticano para prestar homenagem (p. 22).

O mito João Paulo II sobrevive na mídia. A dramatização de sua morte, a importância do evento que marca seu funeral, seus feitos enquanto pontífice e sua própria trajetória heróica – da adolescência durante o nazismo à formação atípica como religioso – apontam um personagem referência, fora dos padrões mundanos. A mídia, ao abordar esses vários aspectos durante a cobertura da morte de Karol Wojtyła reforça o personagem na vida do público. Fenômenos de consumo, como a procura por imagens que lembram o Santo Padre ou biografias escritas sobre ele, apontam que o papa João Paulo II é tema nas rodas de bar e nas conversas entre amigos. Ou seja, é pauta no dia-a-dia das pessoas.

A análise proposta por esta pesquisa chega à conclusão de que, de certa forma, a mídia brasileira – e internacional – tornou o evento um espetáculo. Comprava-se, portanto, o que disseram os autores. Porém, fica evidente que este estudo não esgota a abordagem sobre o tema. Por exemplo, não foi realizada aqui a análise das fotos e suas legendas, o que poderia apresentar uma construção semiótica rica em significados para compreender elementos dramáticos que aqui podem não ter sido abordados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O papa João Paulo II é mito muito antes de morrer. A presença constante nos meios de comunicação de massa desde sua eleição como pontífice, em 1978, garantiu a Karol Wojtyła uma presença na maioria dos lares do mundo católico – e até mesmo fora dele. O seu funeral, com mais de 200 chefes de Estado presentes, é prova de que representava muito mais do que um líder religioso.

Analisar como os *mass media* trabalharam a construção desse personagem histórico do momento de sua morte ao seu funeral, possibilita apontar os motivos pelos quais a imprensa optou pelo caminho do espetáculo. As reportagens publicadas nas seis revistas analisadas ao longo de duas semanas indicaram pistas sobre o fazer jornalístico, o porquê de uma informação virar notícia em detrimento de outra e o quanto a notícia segue uma tendência homogênea, para o terror daqueles que acreditam em um jornalismo criativo, audacioso.

A história de dois mil anos da Igreja Católica, a importância de suas ações na estruturação – ou destruição – da sociedade ocidental e a figura marcante do papa João Paulo II para com o mundo contemporâneo fundaram a opção por esta

pesquisa. Por se tratar de um trabalho de conclusão do curso de jornalismo, a proposta ganhou um perfil comunicacional, por assim dizer. Como fundamentação teórica, o olhar do pesquisador foi baseado nas idéias de mito, de Morin (1984, 1989), e de espetáculo, de Debord (2002), a partir do “acontecimento mediático”, de Katz (1993).

Aqui reside um ponto interessante da pesquisa. O conceito de Morin sobre os “olimpianos” fala em personagens de destaque na vida real, como uma rainha ou um ator, que ascendem ao Olimpo moderno, a imprensa. Em nenhum momento, fala-se em um personagem religioso, que dentro da própria sociedade vive em “terra sagrada”, no caso, a Cidade do Vaticano, uma espécie de Olimpo entre homens na Terra. O estudo proposto faz uma adaptação a esse princípio.

A decisão de utilizar as revistas semanais Carta Capital, Época, Istoé e Veja possibilitou uma visão sobre a morte e funeral do papa João Paulo II a partir de quatro veículos diferenciados. E, principalmente, no confronto entre as diferenças e semelhanças entre a linha de cobertura das publicações. As quatro revistas competem por um mesmo público de leitores e oferecem o mais variado tipo de notícia, desde política, economia, polícia, saúde, entre outras. Desse modo, na cobertura da morte e funeral de Karol Wojtyła pode-se afirmar que as notícias têm uma clara orientação à *homogeneização* da informação, como propõe Bourdieu (1997). Com pequenas diferenças – apresentadas no capítulo anterior – as publicações trataram a informação sobre uma mesma perspectiva.

A contribuição de Debord sobre a “sociedade do espetáculo”, indica que, de maneira geral, o mercado tem no mito a referência para estimular o consumo da massa. É importante salientar que no caso desta pesquisa, trata-se do consumo da informação. Essa tendência da imprensa de elevar ao Olimpo (MORIN, 1984, 1989) um personagem social de destaque está presente no momento em que os próprios jornalistas fazem uma apologia crítica a sua atividade, numa espécie de *meta-jornalismo* (grifo nosso). Ao mesmo tempo em que apontam essa idéia de que o papa João Paulo II já é um mito para a sociedade, criticam-no ao dizer que Karol Wojtyla foi um mestre ao saber bem utilizar os recursos da mídia.

A hipótese de Katz (1993) sobre o “acontecimento mediático”, quando coberturas da imprensa são pré-planejadas para garantir audiência, completa o quadro verificado. A imprensa brasileira cobriu em peso. Não foi um, mas vários os correspondentes no Vaticano. E o resultado foi um “adeus ao papa” e um “bem-vindo futuro papa” por praticamente todo o mês de abril.

A conclusão deste estudo não esgota o tema. Porém, propõe um entendimento acerca de como foi a cobertura da morte e funeral do papa João Paulo II. A pesquisa teve como objetivo apontar como se deu, então, a mitificação de um mito social na imprensa, os motivos na formação de um espetáculo e na composição do “acontecimento mediático”. Para isso, compararam-se os textos das reportagens nas quatro publicações através da técnica de análise qualitativa de temas, de Bardin (1977). As categorias da relação do **mito com a mídia** e do **papa e o elemento dramático** de sua morte e funeral comprovaram o que fundamentaram os autores.

Mais uma vez, é importante salientar que o término da pesquisa propõe outras abordagens e idéias de uma análise mais aprofundada.

Uma delas seria realizar um estudo específico sobre a hipótese do *agenda setting* na cobertura do funeral de João Paulo II. Outra idéia seria uma análise semântica das fotos na cobertura impressa em jornais e revistas. Ou, ainda, com base em Katz, lançar uma releitura sobre o funeral do papa João Paulo II a partir da análise da mídia televisiva.

A opção pela análise do meio jornalístico impresso se sustenta no agendamento da pauta de discussão entre as pessoas, no dia-a-dia de todos nós. É possível afirmar, portanto, que não houve ser humano presente em uma sociedade de informação massificada que esteve imune a opinar sobre, por exemplo, quem seria o futuro papa. E nesse bombardeio de notícias, a lógica do capital, do consumo, sustenta a proposta comercial dos veículos de comunicação: cativar cada vez mais leitores, ouvintes e telespectadores com seu produto chamado informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

ARBEX JR., José. **Showrnalismo: a notícia como espetáculo**. 2.ed. São Paulo: Casa Amarela, 2002.

ASSIS, Francisco de; ROSEMBACK, Isabela. O papel do *gatekeeper* na Folha de São Paulo: o caso da cobertura da morte do Papa João Paulo II. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, Rio de Janeiro.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70, 1977.

BAUER, Martin W. e GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2.ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BERALDO, Isabela Michelan; DEGAND, Paula Lígia; DUARTE, Carolina Regina de Grano. Exposição e manipulação: o tratamento da revista *Época* na cobertura da morte do Papa. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, Rio de Janeiro.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

DAYAN, Daniel e KATZ, Elihu. **A história em directo: os acontecimentos mediáticos na televisão**. Coimbra: Minerva, 1999.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2002.

DUFFY, Eamon. **Santos e Pecadores: História dos Papas**. São Paulo: Cosac & Naify, 1998.

FAUSTO NETO, Antônio. **Mortes em derrapagem: os casos Corona e Cazuza no discurso da comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Rio Fundo, 1991.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Novo Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. São Paulo: Melhoramentos, 1980.

FURASTÉ, Pedro Augusto. **Normas técnicas para o trabalho científico: explicitações das normas da ABNT**. 13.ed. Porto Alegre: Dáctilo-plus, 2004.

HOBBSAWM, Eric J. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2003.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C. (Orgs.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 187-240.

KATZ, Elihu. Os acontecimentos mediáticos: o sentido de ocasião. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias**. Lisboa: Veiga, 1993, p. 52-60.

MCBRIEN, Richard P. **Os Papas: Os Pontífices – de São Pedro a João Paulo II**. São Paulo: Loyola, 1997.

MESQUITA, Mário. Legitimação política e acontecimentos cerimoniais. In: OBSERVATÓRIO DA COMUNICAÇÃO, 03, 2005, Coimbra. Disponível em: <<http://www.obercom.pt/2004/observatorio03/11.htm>> Acesso em: 3 nov. 2005.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo – neurose**. 6. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1984. v.1.

_____. **As Estrelas: mito e sedução no Cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.

SANTOS, Marielle Sandalovski. Papa João Paulo II clama por socorro: a semiótica plástica em capas de Veja. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28, 2005, Rio de Janeiro.

SOUSA, Jorge Pedro. **Introdução à análise do Discurso Jornalístico Impresso: um guia para estudantes de graduação**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

_____. **Teorias de Jornalismo: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2004.

REVISTAS CONSULTADAS

CARTA CAPITAL, São Paulo, 2005.

ÉPOCA, São Paulo, 2005.

ISTOÉ, São Paulo, 2005.

VEJA, São Paulo, 2005.

