

## **Dez fatores que levaram a queda do avião da Chapecoense para as capas dos jornais<sup>1</sup>**

Rafaela Taísa MENIN<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

### **Resumo**

Este artigo analisa a cobertura jornalística da queda do avião que levava jogadores da Associação Chapecoense de Futebol, empresários e profissionais da imprensa, para o primeiro campeonato internacional do time, em 29 de novembro de 2016. Utiliza-se a Semiótica Discursiva (Emerim, 2016; Greimas, 1979; Hjelmslev, 1975), enquanto teoria e metodologia, para a análise das capas publicadas no dia seguinte pelos jornais Diário do Iguazu (local), Diário Catarinense (estadual) e Folha de S. Paulo (nacional). Busca-se compreender o sentido e o processo de produção do sentido atribuídos ao acontecimento, identificando os principais fatores que contribuíram para os impressos diários publicarem, da forma que o fizeram, sobre a queda da aeronave e seus desdobramentos.

### **Palavras-chave**

Jornalismo; Jornal; Capa; Chapecoense; Semiótica.

### **1. O impacto do acontecimento e a comoção social**

Era madrugada de 29 de novembro de 2016 quando as notícias começaram a ser divulgadas em todos os portais de internet e plantões de televisões e de rádios em diversas partes do Brasil. A informação era de que havia caído, na Colômbia, o avião que transportava a delegação da Associação Chapecoense de Futebol (ACF). Junto ao time e aos dirigentes do clube, que disputariam o primeiro campeonato internacional – a Copa Sul-Americana –, estavam profissionais da imprensa dos mais variados veículos de comunicação brasileiros, que divulgariam o jogo, e ainda convidados do clube.

Poucas horas depois, as notícias já haviam se espalhado pelo mundo. Torcedores saíam de todos os cantos para saber de notícias na Arena Condá – a casa da Chapecoense –, faziam orações em voz alta e esperavam por atualizações. Os familiares também começaram a se reunir no espaço. E os repórteres de Chapecó e região faziam plantão no

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação, no XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Aluna de Mestrado no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR), na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Jornalista do Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC). E-mail: rafaelatmenin@hotmail.com.

---

estádio para enviar notícias aos mais variados veículos de comunicação do estado, do país e até para agências de notícias internacionais. As horas foram passando e houve a confirmação de que 71 pessoas haviam morrido e seis sobrevivido.

A queda do avião e o envolvimento direto dessas 77 pessoas que estavam a bordo da aeronave impactou pelo menos cinco países diretamente: Brasil – local de origem da maioria das vítimas; Colômbia – país onde o avião caiu; Bolívia – origem de cinco vítimas e da empresa área que transportava os passageiros; Paraguai e Venezuela – locais de origem de outras duas vítimas. Entre as 71 vítimas fatais estavam 19 jogadores de futebol, 20 profissionais da imprensa, 14 membros da comissão técnica, nove dirigentes/empresários, dois convidados/empresários e sete tripulantes. E ainda os seis sobreviventes: três atletas, um jornalista, uma comissária de bordo e um técnico de voo. Desta forma, além de atingir diretamente o mundo do futebol, que costumeiramente mobiliza multidões, o acontecimento também chocou diferentes classes profissionais, como a de empresários e dos profissionais da imprensa.

Conforme a notícia se espalhava, era possível perceber a perplexidade e a solidariedade tomando conta das publicações. A *hashtag* “#Força, Chape” começou a ser utilizada primeiramente em publicações independentes nas redes sociais, depois em portais de notícias, também por outros grandes times de futebol, empresas patrocinadoras ou não de times de futebol, e por famosas bandas de música. Ainda, para se ter uma ideia da repercussão, até 2015, a palavra “Chapecoense” não aparecia entre as mais procuradas no buscador Google. O assunto mais semelhante, que entrava no top 10 das pesquisas, era “Tabela do Brasileirão”<sup>3</sup>. Já em 2016, ano do acontecimento, “Chapecoense” surge em quarto lugar nas pesquisas e a “Tabela do Brasileirão” fica em seguida<sup>4</sup>. Ou seja, futebol já é uma constante nas buscas e um acontecimento trágico aliado ao futebol fez o termo “Chapecoense” desbancar outros termos.

Com tamanha comoção social e cobertura midiática iniciadas imediatamente após a queda do avião, este artigo propõe um breve estudo especificamente sobre este impacto inicial na cobertura jornalística. Para tanto, buscamos auxílio na Semiótica Discursiva (EMERIM, 2016; GREIMAS, 1979; HJELMSLEV, 1975; SAUSSURE, 1999), já que esta preocupa-se com o que estamos interessados em compreender neste acontecimento: o sentido e a produção do sentido. Mais detalhadamente, interessa-nos compreender o

---

<sup>3</sup> Fonte: <https://bit.ly/2SWCA2h>

<sup>4</sup> Fonte: <https://bit.ly/2NcSVup>

que impressos de diferentes níveis de veiculação disseram e como fizeram para dizer sobre o acontecimento. Assim, buscamos analisar a primeira página, do dia seguinte à queda do avião, dos três impressos diários que mais circulam em Chapecó (local), Santa Catarina (estadual) e Brasil (nacional): os jornais *Diário do Iguazu* (edição 5.729), *Diário Catarinense* (edição 11.117) e *Folha de S. Paulo* (edição 32.018).

## 2. Em busca do sentido e da produção de sentido do acontecimento

A Semiótica Discursiva, abordagem teórica-metodológica escolhida para guiar este artigo, foi utilizada como um teste de análise para as decisões metodológicas de minha dissertação, que deve ser defendida em outubro de 2019. Aqui, especificamente, testamos a Semiótica Discursiva para um exercício de descrição, análise e interpretação das capas do dia seguinte ao acontecimento – 30 de novembro de 2016 – na capa dos principais jornais impressos em seu nível de veiculação: *Diário do Iguazu*, de Chapecó, *Diário Catarinense*, de Santa Catarina, e *Folha de S. Paulo*, do Brasil. A preocupação é compreender quais elementos (textuais e gráfico-visuais) cada impresso escolheu para compor a capa e o que o jornal quis dizer com essas escolhas, seguindo os pensamentos teórico-metodológicos de Emerim (2012), Greimas (1979) e Hjelmslev (1975). Em outras palavras, busca-se entender o que o “texto” diz e como faz para dizer o que diz.

Partimos do entendimento proposto por Greimas (1979): de que todas as coisas do mundo têm sentido. E, se isto ocorre, vemos tudo o que nos cerca e as coisas do mundo “a partir de determinados rótulos, categorias, sistemas, estruturas e as interpretamos com a ajuda de nossas vivências, nossas experiências” (EMERIM, 2014, p. 3). A Semiótica, porém, não é estudada a partir deste viés por todos os autores. Pietroforte (2007) afirma que existem três abordagens principais: *a*) a doutrina dos signos de Charles Sanders Peirce; *b*) o formalismo russo; e o que nos interessa resgatar com mais ênfase no espaço deste artigo: *c*) a teoria da significação de Greimas (1979), a quem é conferido um desenvolvimento mais aplicado da teoria. Foi este último autor, inclusive, que trabalhou o estudo do discurso “com base na ideia de que uma estrutura narrativa se manifesta em qualquer tipo de texto” (EMERIM, 2014, p. 6). Como exemplo desta interdisciplinaridade, Greimas (1979) destacou textos científicos, jurídicos, publicitários, e também destacou os textos da imprensa, os quais interessa analisar aqui.

---

O pesquisador desenvolve seus estudos na Escola de Paris, na França, especialmente na década de 60. Amplia a visão de outros autores da área, como Saussure (1999), o qual estudava a Semiologia como o estudo do signo linguístico, uma estrutura bilateral, bifacial que compreende dois constituintes: “significante” e “significado”. Estes elementos, porém, concentram-se somente no “texto”, mas nesta teoria é como se este “texto” (objeto de estudo) tivesse apenas dois lados, como uma folha de papel, que possui uma face e outra oposta a ela, mas não leva em consideração o que há ao redor/fora dela.

Esta dicotomia de Saussure (1999) é ampliada por Hjelmslev (1975), que trata de “significado” e “significante” como o Plano do Signo: dois planos que permitem enxergar questões diferentes, mas indissolúveis. O “significado” passa a ser visto, então, como um plano de conteúdo (o que se diz); e o “significante” como um plano de “expressão”, no qual estão os elementos que tornaram possível compreender o significado (EMERIM, 2014). Greimas (1979), por sua vez, influenciado pelo também europeu Hjelmslev (1975), propõe que a semiótica não seja a teoria dos signos, mas sim da significação.

A Semiótica Discursiva desenvolvida por Greimas (1979) e inspirada por Hjelmslev, então, propõe-se a ser uma “teoria geral da significação e uma metodologia operatória para a descrição dos discursos e práticas sociais” (EMERIM, 2014, p. 6). Utilizadas em conjunto, teoria e metodologia buscam compreender o que o “texto” diz (sentido) e como faz para dizer (produção de sentido). Para isso, a análise deve ser focada em dois elementos: o “texto” e o “contexto”. O primeiro, o “texto”, é o objeto empírico de análise da semiótica no caso deste artigo, as capas dos jornais impressos. Já o estudo do “contexto” trata-se do processo de produção e recepção dos “textos”, pois para esta vertente da Semiótica, “ficar nos limites do texto é abdicar de uma parte significativa dos sentidos” (EMERIM, 2014, p. 12).

Desta forma, a proposta aqui trata-se de descrever os elementos que a compõe a capa (“texto”), mas sem esquecer dos elementos de produção, circulação e consumo (“contexto”) – na medida do espaço deste artigo. Levando esses aspectos em consideração, partimos para uma breve análise e interpretação para respondermos à questão-problema deste artigo: o que cada capa (FIG. 1; FIG. 2; FIG. 3), em seu nível de veiculação (local, estadual ou nacional), disse sobre a queda do avião da Chapecoense, no dia seguinte ao acontecimento, e como fez para dizer?

O artigo detém-se especialmente nos conceitos estudados por Emerim (2012, 2014, 2016), pois a pesquisadora propõe a aplicação da Semiótica Discursiva em textos

e contextos ligados ao Jornalismo<sup>5</sup>. A proposta de análise empírica da professora, ao se valer da Semiótica Discursiva, parte de premissas que devem ser analisados: *a)* o meio de comunicação analisado é constituído de uma linguagem própria, inclusive histórica e cultural; e que *b)* a análise de um produto midiático não pode ser realizada isoladamente.

Por isso, Emerim (2014) propõe que o objeto empírico seja analisado seguindo um roteiro<sup>6</sup>: *a)* Jornal na relação com o espaço midiático no qual está inserido: para compreender o contexto no qual a empresa está inserida; *b)* Jornal na relação com a empresa responsável por sua produção: para entender a valoração deste jornal junto à empresa, pelo posicionamento, tiragem, periodicidade; *c)* A estruturação interna do objeto (jornal), compreendendo a análise e comparação das editorias que o compõem; *d)* Capa na relação com o jornal como um todo; *e)* Descrição detalhada de cada uma das capas; *f)* Interpretação própria e com base em “gramáticas” (EMERIM, 2012) das descrições de cada uma das capas (“texto”) e do “contexto” geral. Este roteiro será utilizado na observação, descrição e breve análise das três capas abaixo:



**FIGURA 1:**  
Capa do jornal Diário do Iguacu, edição 5.729, de 30/11/2016.

**FONTE:**  
diariodoiguacu.com.br



**FIGURA 2:**  
Capa do jornal Diário Catarinense, edição 11.117, de 30/11/2016.

**FONTE:**  
nscototal.com.br/dc



**FIGURA 3:**  
Capa do jornal Folha de S.Paulo, edição 32.018, de 30/11/2016.

**FONTE:**  
acervo.folha.com.br

<sup>5</sup> No estudo original, Emerim (2012) propõe a análise de textos no telejornalismo, mas que podem ser adaptados para outros tipos de texto e contexto jornalísticos – o que fazemos neste artigo.

<sup>6</sup> Adaptado para as condições propostas neste artigo: jornalismo impresso.

### 3. Cobertura local: proximidade geográfica e emocional

O maior e mais antigo jornal impresso de Chapecó ainda em circulação, o *Diário do Iguaçú (DI)*, foi fundado em 1997, após a falência do jornal *O Iguaçú*. Começou com 17 funcionários, que se uniram para veicular de 12 a 16 páginas em cinco dias da semana. Uma década depois, chegou a mais de 100 funcionários, com 32 a 40 páginas diárias e cadernos especiais. Assim, desbancou o *Sul Brasil* e o *Voz do Oeste*, outros dois diários que circulam na cidade. Atualmente, conseguem distribuir cerca de 10 mil exemplares/dia, em mais de 72 municípios do Oeste de Santa Catarina. O conteúdo fica por conta da equipe de redação: um editor-chefe, editores-assistentes, cinco repórteres, um revisor, dois diagramadores, e dez colunistas<sup>7</sup>.

As páginas do jornal são divididas por editorias (além dos espaços dos colunistas): Cotidiano, Política, Polícia e Esporte. Esta costuma ter quatro ou cinco páginas todos os dias para notícias (e mais uma de coluna opinativa) e só perde, em alguns dias, para o Cotidiano. Este espaço dedicado ao Esporte é preenchido em partes, todos os dias, com alguma nota, notícia ou reportagem sobre a Associação Chapecoense de Futebol. Estas publicações foram ganhando espaço com o crescimento do próprio jornal e especialmente em razão da ascensão do time de futebol da cidade. Em 2009, a Chape – como é chamada – começou a despontar com a entrada na série D do Campeonato Brasileiro. Cinco anos depois, em 2014, estreou na Série A.

Com a entrada na elite do futebol brasileiro, o estádio da Chapecoense precisou ser reformado e ampliado, para conseguir se enquadrar nas exigências da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), e passou a chamar-se Arena Condá. A diretoria cresceu, conseguiu patrocínios fortes, especialmente das indústrias de carne com sede na cidade, e começou a fazer campanhas para que os moradores de Chapecó e cidades vizinhas passassem a torcer para a Chapecoense e não mais para os clubes gaúchos. O clube virou uma marca, expandiu e no final de 2016 chegou a valer R\$ 30 milhões.

Todas essas notícias foram amplamente divulgadas pela imprensa da cidade, como o *DI*. Os repórteres, editores e colunistas de esporte passaram a ser mais conhecidos e as informações e opiniões deles mais valorizadas. Como o time estava em alta, embarcou para a primeira competição internacional, em novembro de 2016, e convidou

---

<sup>7</sup> Fonte: [www.redecomsc.com.br](http://www.redecomsc.com.br)



um grupo de profissionais da imprensa para fazer a cobertura. Foi neste contexto que a aeronave caiu e impactou familiares, amigos, colegas, torcedores, a cidade, o mundo, e a imprensa. Além da morte de jogadores, dirigentes e/ou empresários e tripulantes, as investigações comprovaram que a falta de combustível também levou à morte de 20 profissionais de veículos de comunicação brasileiros e dois jornalistas do clube.

O repórter e editor de Esporte do *Diário do Iguçu*, Rodrigo Goulart, decidiu não viajar. Receberia material dos colegas e amigos de longas jornadas em viagens e estádios. No dia 30 de novembro de 2016, ajudou na cobertura da queda do avião e viu “sua” editoria emplacar em toda a capa e em todas as 32 páginas da edição 5.729 (FIG. 1). Na primeira página, a logomarca do jornal foi modificada: a escrita “DIÁRIO DO IGUAÇU”, tradicionalmente na cor azul, foi modificada para a cor cinza. O slogan e as linhas da capa também costumam estar na cor azul e nesta edição também foram modificados para o cinza. No fundo de toda a capa, foi utilizada uma imagem de arquivo (antiga) e com uma vista de cima da Arena Condá (sem torcedores). Em cima desta foto, tomando toda a capa, foi utilizado um filtro escuro, garantindo mais ênfase ao sentimento de luto e perda.

A chamada de capa também foi dedicada apenas à queda do avião da Chapecoense. A escrita foi com letras brancas, em caixa alta, em negrito, e com a utilização de reticências ao final de cada frase. Essas reticências parecem chamar a atenção para a perplexidade do acontecimento, para o luto generalizado, e ainda guiam o leitor até a frase final, a qual destaca a união e a solidariedade diante do acontecimento: “HOJE NÃO TEM BOLA ROLANDO... HOJE NÃO TEM TRANSMISSÃO AO VIVO... A ARENA CONDÁ NÃO TEM COR... HOJE SOMOS TODOS UM SÓ”.

### **3.1 Cobertura estadual: a proximidade com a dor da perda**

O jornal com maior tiragem em Santa Catarina, o *Diário Catarinense* (DC), abriu as portas em 05 de maio de 1986, em um projeto idealizado pelo fundador do Grupo RBS (afiliada da Globo), Maurício Sirotsky. Em 2016, porém, depois de anos realizando demissões em massa, a empresa iniciou a venda do DC e de todos os outros veículos de comunicação, em Santa Catarina, para o Grupo NC – conglomerado de empresas

brasileiras, especialmente farmacêuticas, comandado pelo empresário Carlos Sanchez.<sup>8</sup>  
O grupo transformou-se então na NSC Comunicação.

O DC veiculava edições diárias – de domingo a sábado – até o final de 2015. Em novembro daquele ano, passou a ter uma edição conjunta aos finais de semana. Atualmente, conta com 13 cadernos segmentados e mais de 20 colunistas. O portal de internet do DC, de acordo com o Instituto Verificador de Circulação (IVC), é o mais acessado dentre os jornais catarinenses<sup>9</sup>. Nele, estão disponíveis as leituras de nove colunistas e das editorias de Notícias, Política, Economia, Entretenimento e Esportes. Ao passar o cursor do mouse em cima desta última, um menu secundário aponta para a próxima opção: “Chapecoense” e os outros três times de futebol de Santa Catarina: “Avaí”, “Figueirense” e “Criciúma”<sup>10</sup>.

Na edição impressa, durante a semana, “Esportes” costuma ter três ou quatro páginas dentro do jornal. Já nos fins de semana, o DC chega a publicar oito páginas para a editoria, em um caderno especial. E, como a NSC Comunicação conta com correspondente em Chapecó há pelo menos uma década, as notícias referentes ao futebol da cidade são uma constante em todas as edições, especialmente depois que a Chapecoense entrou para a Série A, em 2014. Desde lá, o trabalho de repórter Darci Debona (e da fotógrafa *freelancer* do DC, Sirliane Freitas) aumentou muito em relação à área esportiva. Em 29 de novembro de 2016, porém, o Diário Catarinense enviou outro repórter à Colômbia, para a cobertura do jogo internacional da Chapecoense: André Podiacki. O jornalista foi uma das vítimas fatais da queda do avião; Sirliane perdeu o marido e assessor de imprensa da Chapecoense, Cleberson Silva; e Darci precisou contar essas e outras dezenas de histórias na edição 11.117, de 30 de novembro de 2016. A capa e as 44 páginas deste dia foram dedicadas 100% ao acontecimento.

A tradicional capa colorida deu lugar a uma primeira página em preto e branco e em tons de cinza (FIG. 2). A fotografia registrou um adolescente sentado nas arquibancadas da Arena Condá, encostado em uma parede, na qual está desenhado o brasão da cidade de Chapecó. O adolescente está com os joelhos dobrados e o rosto com

---

<sup>8</sup> A partir de agosto de 2017, quando o negócio se concretizou, este passou a controlar os impressos *DC*, *Hora de Santa Catarina*, *A Notícia e Jornal de Santa Catarina*, além da televisão, com sede em Florianópolis e cinco afiliadas pelo estado – inclusive em Chapecó –, também as oito rádios, entre elas a *Atlântida FM*, e ainda os portais de internet G1 Santa Catarina e Globo Esporte.

<sup>9</sup> Fonte: [www.nsctotal.com.br/dc](http://www.nsctotal.com.br/dc).

<sup>10</sup> Menu e submenus disponíveis no portal de internet do jornal em maio de 2019.



---

expressão de choro. Uma das mãos está nos olhos, como se estivesse tentando se consolar, e a outra mão segura uma rosa. Esta foto foi utilizada em toda a capa, em tons acinzentados. Ao lado do adolescente, o DC escreveu a palavra “DOR”.

### 3.2 Cobertura nacional: a queda de um avião com um time da série A

A história da *Folha de S. Paulo* começa com a criação do jornal *Folha da Noite*, em 1921<sup>11</sup>. Quatro anos depois, o grupo cria também uma edição matutina, a *Folha da Manhã*; e, após 24 anos, é fundada a edição vespertina, a *Folha da Tarde*. Em janeiro de 1960, entretanto, os três títulos da empresa são fundidos e surge o jornal *Folha de S. Paulo*. O crescimento faz com que o jornal se transforme em um grupo de comunicação da família “Frias” com agência de notícias, portais de internet – como a própria *Folha* e o *UOL* –, empresa de pesquisa (Datafolha)<sup>12</sup> e editora de livros.

O Instituto Verificador de Comunicação (IVC) aponta que a *Folha* mantém a liderança na circulação no Brasil desde 1986, mas o número de impressões diárias, que já chegou a mais de 1 milhão, está em 325 mil, sendo 141 mil impressos e 173 mil digitais<sup>13</sup>. Atualmente, publica diariamente notícias relacionados a Poder, Mundo, Cotidiano, Saúde e Esporte, sendo que este costuma ter duas páginas diárias e, antes e depois de partidas nacionais e internacionais de futebol, o número de páginas sobe para quatro.

Na edição número 32.018 (Ano 96), de 30/11/2016, a *Folha* reservou mais espaço para o “futebol”, um caderno de oito páginas foi publicado neste dia para noticiar a queda do avião da Chapecoense. Tanto na primeira página deste caderno quanto na capa do jornal, as principais chamadas e fotografias também foram utilizadas para o acontecimento. Na capa do jornal, foco deste artigo, a principal imagem ocupa quase um terço do espaço de chamadas da capa e mostra uma missa realizada na catedral de Chapecó no dia da queda do avião, com foco nas pessoas ajoelhadas e rezando. Quase todas vestem as cores verde e/ou branco – as cores da Chapecoense –, estão com os olhos fechados e com as mãos em posição de oração. Apesar da fotografia passar sentimentos de luto e união, a legenda da foto descreve objetivamente a cena: “Moradores de Chapecó,

---

<sup>11</sup> Um grupo de jornalistas, entre eles Olival Costa e Pedro Cunha, encabeçou o projeto para veicular um impresso diário menos conservador e tradicional, em oposição ao *O Estado de S. Paulo*.

<sup>12</sup> Fonte: [https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia\\_folha.htm](https://www1.folha.uol.com.br/folha/circulo/historia_folha.htm)

<sup>13</sup> Fonte: <https://bit.ly/2ucWFSO>

---

no oeste de Santa Catarina, participam de missa pelas vítimas do acidente com o avião que levava o time de futebol da cidade para partida na Colômbia”.

Abaixo da legenda, está uma cartola<sup>14</sup> em letras maiúsculas e cor azul: “Tragédia no futebol”. E, abaixo desta cartola, está o título principal da capa, que descreve o acontecimento de forma objetiva, focando no número de mortes: “Queda do avião da Chapecoense mata 71 pessoas; 6 sobrevivem”. Um subtítulo também ocupa a página de um lado a outro, e afirma em letras pretas e minúsculas: “Time catarinense viajava para Medellín, na Colômbia, onde disputaria 1ª final fora do Brasil; 20 jornalistas morreram”. Assim como o título, o subtítulo também é objetivo, mas tem ênfase a outra informação além da “Chapecoense”: a morte de jornalistas.

Abaixo do título principal da capa, no espaço de uma coluna, seguem seis pequenas chamadas, três delas ainda relacionados ao assunto Chapecoense e de forma mais interpretativa e opinativa: a) “Desastre mostra os desígnios do acaso”; b) “A vida continua, e é preciso ter coragem”; e c) “A hora exige gestos práticos e eficazes”. Além delas, porém, há outras três referentes a assuntos relacionados à política, nos espaços de Poder, Mundo e nos Editoriais.

Ainda há uma segunda fotografia colorida na primeira página, que mostra o avião caído e as equipes de busca ao redor dos destroços. A foto ocupa metade do espaço restante da página. A legenda afirma: “Destroços da aeronave que caiu nas proximidades de Medellín; 71 pessoas morreram”. Ao lado desta fotografia aparece, em um espaço de duas colunas, um texto com quatro parágrafos. Trata-se de um lead que repete o que já foi afirmado no título e subtítulo e frisa dois elementos, a comoção social e a morte de jornalistas: Um acidente aéreo nesta terça (29) *matou 71 pessoas*, sendo 19 jogadores da Chapecoense, perto de Medellín (Colômbia). O time disputaria sua primeira final fora do país. Em *homenagem*, os colombianos do Atlético Nacional pediram que o rival fosse declarado campeão da Copa Sul-Americana. *Vinte profissionais de imprensa também morreram*. Seis pessoas sobreviveram”. (Grifos meus)

O segundo parágrafo detalha sobre o local do acontecimento e busca por hipóteses<sup>15</sup>. Já o terceiro parágrafo nomeia o acontecimento como “tragédia” e lembra a

---

<sup>14</sup> Também chamada de chapéu ou retranca, ou seja, uma ou poucas palavras que identificam o conteúdo geral.

<sup>15</sup> “O horário da queda e as causas do acidente são desconhecidos. O avião Avro RJ85, da empresa boliviana Lamia, saiu de Santa Cruz de La Sierra às 20h15 (horário de Brasília). Por volta da 1h, os pilotos reportaram falha elétrica ao controle aéreo. Não houve contato em seguida”.

---

história da Chapecoense, na intenção de situar o leitor, e querer justificar aquele espaço de capa: “A tragédia interrompe a surpreendente ascensão do time de Chapecó (SC), cidade de 210 mil habitantes. Em apenas sete anos, subiu da quarta para a primeira divisão do Brasileiro e tornou-se sensação no país. É um dos raros exemplos de sucesso dentro e fora do campo”. Por último, o quarto parágrafo enumera grandes ações tomadas no país em razão do acontecimento: “O *presidente Michel Temer decretou luto oficial* de três dias. A *Confederação Brasileira de Futebol adiou* a final da Copa do Brasil e a última rodada do Brasileiro. *As vítimas foram homenageadas* em estádios no exterior e na Arena Condá, Casa da Chapecoense” (grifos meus).

#### 4. O que disseram e como disseram os jornais?

Ao longo da descrição da capa de cada um dos jornais, percebe-se que diversos fatores contribuíram para que os impressos estampassem o acontecimento da Chapecoense nas capas. Cada um desses elementos contribuiu, em uma escala menor ou maior, para que cada jornal analisado tomasse a decisão de produzir sentido da forma que o produziu. Nesta breve análise, destacaram-se:

**1) Proximidade geográfica:** ao observar o que cada um dos impressos disse (publicou) na capa e como fez para dizer (quais elementos textuais e gráfico-visuais elencou), percebe-se que os veículos de comunicação mais próximos ao fato, geograficamente – *Diário do Iguçu* e *Diário Catarinense* –, conferiram maior destaque na primeira página: *I.1*) com fotos que cobriram toda a capa (imagem da Arena Condá, no impresso local; e de uma pessoa chorando com uma flor na mão, no estadual); *I.2*) com texto impactante (a palavra “Dor” no caso do *DC* e uma frase que simboliza *dor* e união no *DI*); *I.3*) e com tons escuros/acinzentados na diagramação. A intenção parece ser a de chamar atenção para o luto (tons escuros, choro), para o sofrimento (choro, palavras e frases impactantes) e ainda para a comoção social e a solidariedade (frase “hoje somos todos um só” no *DI*, e flor na mão da pessoa estampada na capa do *DC*). Já a *Folha*, mais distante geograficamente e sem “vítimas” de dentro da redação, parece ter destacado a queda da aeronave com uma notícia de forma mais tradicional, chamando atenção para o fato em si no título e subtítulo (“Queda do avião da Chapecoense mata 71 pessoas; 6 sobrevivem”) e justificando o porquê deste assunto estar estampado na capa: em razão da “surpreendente ascensão” do time de futebol, das inúmeras “homenagens” recebidas e

dos desdobramentos que o acontecimento suscitou (luto oficial no país, adiamento de rodada da Copa do Brasil);

**2) Cobertura jornalística constante:** em razão da proximidade geográfica, os profissionais de imprensa de DI e DC realizavam a cobertura do dia a dia da Chapecoense (como detalhado nas descrições dos contextos das capas acima), o que aumenta o envolvimento com a notícia e seus diversos atores. Desta forma, na capa do dia seguinte ao acontecimento, *DI* e *DC* continuaram suas coberturas jornalísticas diárias, apenas deram mais ênfase em razão da “tragédia”;

**3) Vínculo emocional:** a proximidade geográfica e a cobertura jornalística constante também aumentam o vínculo emocional. E as capas parecem deixar isso claro: a queda do avião causou um impacto emocional forte, que influenciou no “que dizer e como dizer”. Percebe-se que a “seleção e hierarquização de acontecimentos suscetíveis de terem valor como notícia e a transformação desses acontecimentos em notícias” (SOUZA, 2011) foi muito semelhante nas três redações, mas as capas de *DI* e *DC* levam à interpretação de que os “contextos” (EMERIM, 2012) destes dois jornais (*DI*: o vínculo emocional de ser produzido na cidade do time; *DC*: perder alguém da equipe do jornalismo) influenciaram no modo como a capa foi veiculada (todo o espaço para este assunto, tons cinzas, fotos e palavras impactantes). Outro fator que leva a pensar desta forma é o espaço interno dedicado ao assunto (*DI* e *DC* dedicaram capas e páginas internas como um todo à Chapecoense, enquanto *Folha* publicou um caderno com oito páginas para explorar o assunto e utilizou a capa para outras chamadas);

**4) Envolvimento de jornalistas:** o fator citado acima, do vínculo emocional, também deve ser complementado com o fato de profissionais de imprensa estarem no voo e de vários deles terem morrido<sup>16</sup>. A *Folha* destaca duas vezes este fato na capa analisada (no subtítulo: “20 jornalistas morreram”, e no primeiro parágrafo: “Vinte profissionais de imprensa também morreram”). É nítido que este fator também impactou com força a capa do *Diário do Iguazu*, que não perdeu um dos seus profissionais, mas é como se tivesse perdido “todos” e, por isso, carregou de emoção e solidariedade a capa com a frase “hoje somos todos um só”. Já a capa e o conteúdo interno do *DC* foram fortemente impactados pela morte de um de seus repórteres. A fotografia escolhida para a primeira

---

<sup>16</sup> Após todas as apurações e investigações, foi constatado que eram 20 profissionais de imprensa no voo e outros dois assessores de imprensa do clube. Dos 22, 21 morreram.

página parece ter sido escolhida para mostrar o sentimento de dor e luto geral, mas a redação também parece querer demonstrar o sentimento da própria equipe e o individual;

**5) País do futebol:** em um país onde o futebol causa comoção social frequentemente e é amplamente valorizado pela imprensa, é inevitável a repercussão, publicação e destaque para este assunto, especialmente na ligação entre futebol e uma “tragédia”. Não foi o intuito deste artigo analisar as edições seguintes dos jornais, mas ao observar o “contexto”, tão importante para a abordagem da Semiótica Discursiva, é importante destacar que o acontecimento continuou reverberando com força nos três impressos no mês seguinte à queda do avião. Entre os dias 30 de novembro e 30 de dezembro de 2016, o *DI* publicou pelo menos uma notícia e/ou comentário sobre o assunto em todas as 24 edições; no *DC* as publicações sobre o assunto foram em 25 das 30 edições; e a *Folha* circulou com 23 das 30 edições com notícias sobre o acontecimento;

**6) História (s) surpreendente (s):** a queda do avião que transportava um time de futebol brasileiro da Série A, que teve uma trajetória considerada como uma “surpreendente ascensão” (destacado no *lead* da *Folha*), também parece fundamental para o destaque dos jornais e especialmente em um impresso nacional. O acontecimento gerou dezenas de histórias para contar, sobre a queda do avião em si, o impacto da notícia e os sentimentos coletivos (de choro, como estampado na capa do *DC*; de união, como estampado no texto do *DI*; e de reflexão/esperança/união na foto de pessoas ajoelhadas rezando na capa da *Folha*);

**7) Comoção social:** foi possível identificar os mais variados públicos comovidos e a representação da comoção social aparece nos três jornais: no *DI* com a frase “hoje somos todos um só”; no *DC* com a imagem de uma pessoa desconhecida chorando; e na *Folha* com a fotografia de dezenas de pessoas ajoelhadas e rezando juntas;

**8) Ações de atores públicos:** a comoção social levou à ação de diversos atores públicos (presidente do país, outros times de futebol, etc.). Estes foram valorizados internamente nas edições do jornal local e estadual analisados aqui, mas também aparecem na capa da *Folha de S.Paulo* para demonstrar a grandeza do acontecimento (o presidente da República que decretou três dias de luto no país; o Atlético Nacional que pediu que o rival fosse declarado campeão da Copa Sul-Americana; e a Confederação Brasileira de Futebol (CBF) que adiou a final da Copa do Brasil);

**9) Número significativo de vítimas fatais:** normalmente, um acontecimento com um grande número de vítimas fatais, costuma estar nos jornais. Ao analisar as capas, este

fator parece forte principalmente para a *Folha*, que destaca o número de mortos no título (“Queda do avião da Chapecoense mata 71 pessoas; 6 sobrevivem”);

**10) Imagens:** a queda do avião da Chapecoense produziu imagens. Foram fotografias do acontecimento em si, na Colômbia, e também da emoção de públicos variados. Para Bahia (1990), a narrativa visual presente nas fotografias jornalísticas fornece ao leitor uma “nova notícia”, que complementa os efeitos das mensagens faladas e escritas. No caso do *DI*, uma foto da Arena Condá vista do alto, sem torcedores nas arquibancadas e sem jogadores no gramado complementa o texto (“Hoje não tem bola rolando... Hoje não tem transmissão ao vivo... A Arena Condá não tem cor... Hoje somos todos um só”). No *DC*, a fotografia de uma pessoa sentada na arquibancada chorando já parece dizer tudo, mesmo assim foi escrita a palavra “DOR” ao lado da personagem. E, na *Folha*, as duas fotos mostram os destroços do avião no local da queda (o fato em si) e pessoas ajoelhadas e rezando (união, solidariedade).

### Considerações finais

Ao observar e descrever, com o auxílio da Semiótica Discursiva, as capas de 30 de novembro de 2016 – dia seguinte à queda do avião da Chapecoense, dos jornais *Diário do Iguazu (DI)*, *Diário Catarinense (DC)* e *Folha de S.Paulo (Folha)*, constata-se que a notícia sobre a queda do avião da Chapecoense realmente teve uma grande importância para a mídia em todos os níveis. Com isso, os jornais diários que mais circulam em Chapecó, Santa Catarina e no Brasil, publicaram com ênfase sobre o assunto em suas capas e internamente, mas com alguns “textos” e “contextos” diferentes.

Os impressos local e estadual conferiram mais destaque à notícia em razão de quatro fatores que se complementam: proximidade geográfica, cobertura jornalística constante, vínculo emocional, e o envolvimento de jornalistas. Estes parecem estar estritamente ligados, já que o fato de os impressos marcarem presença permanente em Chapecó fazia com que o jornalismo produzisse com frequência sobre o time de futebol. Esta cobertura praticamente diária aumentou o vínculo emocional com o time, com a cidade, e com as pessoas que estavam envolvidas nessas situações – os jogadores, a comissão técnica e também com os próprios colegas da imprensa.

Percebe-se ao olhar para as capas que a comoção social, as histórias surpreendentes, as ações de atores públicos, o número de vítimas e as imagens também



foram elementos importantes para os diários local e estadual, mas estes fatores parecem não ter definido o “texto” e o “contexto” dessas publicações. Por outro lado, a *Folha* parece ter valorizado mais esses valores-notícia na capa do dia seguinte ao acontecimento ao frisar em aspectos como “71 mortes”; uma fotografia do local da queda para mostrar o impacto/choque; uma segunda fotografia de pessoas rezando juntas para mostrar a comoção social que gerou a união/solidariedade; as homenagens e ações de pessoas importantes, como presidente, confederação de futebol, etc.

Por fim, destaca-se que, em razão do espaço, este artigo é um breve exercício de descrição e análise e uma tentativa de conhecer mais sobre a Semiótica Discursiva. Ele faz parte de um trabalho desenvolvido durante a disciplina de Semiótica, com a professora Cárilda Emerim (PPGJOR/UFSC), e também foi utilizado como teste/piloto para minha dissertação, sob orientação da professora Maria Terezinha da Silva – acabou sendo focada especialmente na teoria do acontecimento (QUÉRÉ, 2005).

## Referências

- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. 4.ed. São Paulo: Editora Ática, 1990.
- DIÁRIO CATARINENSE. Florianópolis: NSC, [1986-?]. Diário. Ed. 11.117, 30/11/2016. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/dc>
- DIÁRIO DO IGUAÇU. Chapecó: RedeComSC, [1997-?]. Diário. Ed. 5.729, 30/11/2016. Disponível em: [www.diariodoiguacu.com.br](http://www.diariodoiguacu.com.br)
- EMERIM, Cárilda. A análise da narrativa televisiva: do programa ao texto. In: SOSTER, Demétrio de Azevedo; PICCININ, Fabiana (org.). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012.
- EMERIM, Cárilda. Semiótica discursiva: aplicações na pesquisa em jornalismo. (159-184). In: SCÓZ, Murilo; VANDRESEN, Monique; OLIVEIRA, Sandra Ramalho e (org.). **Proposições interativas: modos de produzir sentidos**. Florianópolis: Ed. UDESC, 2016.
- EMERIM, Cárilda. Telejornalismo e Semiótica Discursiva. In: VIZEU, Alfredo; MELLO, Edna; PORCELLO, Flavio; COUTINHO, Iluska (org.). **Telejornalismo em questão**. Coleção Jornalismo Audiovisual. V.3. Florianópolis: Insular, 2014.
- FOLHA DE S.PAULO. São Paulo: Grupo Folha, [1921-? ]. Diário. Ed. 32.018, 30/11/2016. Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/>
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Semiótica visual: os percursos do olhar**. São Paulo: Contexto, 2007.
- QUÉRÉ, Louis. Entre o facto e sentido: a dualidade do acontecimento. In: **Trajectos. Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, nº 6. Lisboa: ISCTE / Casa das Letras / Editorial Notícias, 2005, p. 59-75.
- SAUSSURE, Ferdinand. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 1999.