

20 anos da morte da princesa Diana: análise da cobertura do jornal O Estado de S. Paulo¹

Kélia Regina Pereira Silva LEMOS²

Cláuberson Correa CARVALHO³

Universidade CEUMA, São Luís, MA

RESUMO

Há cerca de 20 anos morria a princesa Diana, fenômeno midiático dos anos 80 e 90, alçada à fama mundial após o anúncio de seu noivado com o herdeiro do trono britânico, o príncipe Charles. A partir desse fato, este trabalho tem por finalidade analisar a cobertura jornalística sobre os 20 anos da morte da princesa de Gales, Diana Spencer, através do jornal O Estado de S. Paulo. Pretende-se através do Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2011) descobrir de que forma esse mega-acontecimento (TRAQUINA, 2004) permanece como fato noticiável, mesmo decorridos 20 anos do seu acontecimento.

PALAVRAS-CHAVE: princesa Diana; mega-acontecimento; cobertura jornalística; morte.

1 Introdução

Este trabalho pretende analisar a cobertura jornalística sobre os 20 anos da morte da princesa Diana, especificamente os textos publicados pelo jornal O Estado de S. Paulo⁴. O problema de pesquisa a que se pretende responder é: por que este fato permanece noticiável mesmo decorridos 20 anos do seu acontecimento? Este enfoque faz-se importante uma vez que coberturas sobre mortes permeiam o espectro da atividade jornalística, ao passo que é relevante que haja a promoção e a manutenção da memória coletiva da sociedade sobre acontecimentos históricos.

¹ Trabalho apresentado na II 1 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Bacharelada em Jornalismo pela Universidade CEUMA. E-mail: kelia.lemos@hotmail.com

³ Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Maranhão. Professor do curso de Jornalismo da Universidade CEUMA. E-mail: claubersoncc@gmail.com

⁴ “O Estado de S. Paulo” é o mais antigo dos jornais ainda em atividade da cidade de São Paulo, em circulação desde 4 de Janeiro de 1875. Ocupa a 4ª posição no *ranking* de jornais com maior circulação do país, com tiragem média de 126.000 mil exemplares por dia, incluindo impresso e assinatura digital, conforme dados divulgados pelo Instituto Verificador de Circulação em 2017. Faz parte do Grupo Estado, conglomerado de mídia do qual fazem parte a Agência Estado, a Rádio Estadão e a OESP mídia, editora de listas telefônicas, revistas e guias setoriais de mercado.

Ao direcionar esta análise para a cobertura jornalística sobre os 20 anos da morte da princesa Diana, encontra-se argumentos que nos levam a olhar para o que ela foi e o que ainda representa para a história da mídia. Sua trágica e precoce morte colocou, não só diante dos veículos de comunicação, mas da própria sociedade, sentimentos e percepções acerca daquela figura que fora tão admirada: “desejamos saber sobre os atributos pessoais que transformaram Diana em uma figura de proporções míticas [...] uma mulher que se tornou o ícone mais estimado da era moderna” (MORTON, 1992, p. 11)”.

“Como então explicamos Diana, o indivíduo, e Diana, o fenômeno?” (MORTON, 1992, p. 306). Diana Frances Spencer era a terceira filha do Visconde e da Viscondessa de Althorp, John Spencer e Frances Shand Kydd, respectivamente. Por John Spencer possuir o título de 8º Conde Spencer, Diana possuía o título de *Lady*, por isso o apelido carinhoso pelo qual a princesa ficou conhecida: *Lady Di*. Jovem aristocrata, Diana tinha apenas 20 anos quando viu sua vida se transformar ao ficar noiva do herdeiro do trono britânico e 1º na linha de sucessão, o príncipe Charles.

Em 29 de julho de 1981, Diana casou com o príncipe Charles em Cerimônia Real na Catedral de St. Paul, televisionada e transmitida para mais de 750 milhões de pessoas em todo o mundo. Juntos, tiveram dois filhos: os príncipes William Arthur Philip Louis e Henry Charles Albert David. Como princesa de Gales, Diana assumiu várias funções reais e percorreu o mundo representando a Família Real britânica ao lado do príncipe. Esse trabalho permitiu o seu envolvimento em causas humanitárias pelas quais houve grande afeição do público, que abraçou Diana como a Princesa do povo⁵ e ansiava cada vez mais por notícias sobre a princesa.

Segundo Morton (1992), muito da atração que existia pela princesa era reflexo da maneira como ela se ligava às pessoas, com sua essência intuitiva que captava e emanava emoções, além da sua natureza provedora: “Diana abraçou os que estavam à margem da sociedade – leprosos, portadores de Aids e outros –, e muito da sua atração reside na maneira como ela se conectou com a sociedade” (MORTON, 1992, p. 307).

O “conto de fadas” do casamento real, porém, não resistiu à traição sofrida por Diana, que viu seu casamento desmoronar com um caso antigo que o príncipe Charles mantinha com sua ex-namorada, Camilla Parker-Bowles, com quem o príncipe é casado

⁵ Título utilizado pelo então primeiro-ministro do Reino Unido, Tony Blair, em seu discurso oficial do seu reduto eleitoral, em Sedgefield, logo após a morte da princesa.

atualmente. Perseguida pela mídia desde o seu noivado, Diana tinha uma relação de amor e ódio com a imprensa, e, ao anunciar o fim do seu casamento, em 1992, não foi diferente: a imprensa queria saber cada detalhe sobre os seus próximos passos. Dessa forma, conforme crescia a curiosidade do público por Lady Di, mais ela se sentia sufocada pelo assédio da mídia: “em seguida, tudo começou a aumentar de proporção, no sentido de que a imprensa tornava tudo insuportável ao seguir cada um dos meus movimentos” (MORTON, 1992, p. 33).

Assim, fortemente perseguida pela imprensa, Diana morreu de forma trágica em um acidente de carro em Paris em 31 de agosto de 1997, após sair de um jantar com o seu então namorado, o milionário egípcio Dodi Al Fayed. O carro em que a princesa estava começou uma fuga em alta velocidade ao perceber a presença dos *paparazzi*, batendo em um pilar do túnel *Pont de l’alma*, resultando que dos quatro ocupantes do veículo, apenas o guarda-costas sobreviveu. A cobertura jornalística que sucedeu a morte foi proporcional à comoção do público, e os dias seguintes ao acidente foram de profunda tristeza e drama pela prematura morte da princesa, aos 36 anos.

2 Jornalismo, memória e história

A fim de contextualizar elementos, fatores e considerações que fazem com que notícias como a dos 20 anos da morte da princesa Diana sejam motivo de noticiamento e rememoração, faz-se necessário apresentar os pressupostos que justifiquem esse tipo de acontecimento receber tratamento noticioso diferenciado, o que lhe atribui valor ou mérito de ser notícia na agenda atual mesmo sendo parte de uma agenda histórica, pois se deu no passado. Assim, nesta seção, pretende-se compreender a conceituação de memória coletiva e de mega-acontecimento. Esse enfoque faz-se importante para a compreensão de como o evento se posiciona na narrativa midiática e por que torna-se rememorável.

2.1 Memória coletiva

Ao trazer à luz desta pesquisa as notícias sobre os 20 anos da morte da princesa Diana, faz-se necessário abordar alguns conceitos importantes que permitem a compreensão de como eventos dessa natureza têm esse tipo de tratamento noticioso,

bem como, os fatores que fazem com que esses acontecimentos sejam motivo de rememoração.

Para tanto, é indispensável falar sobre o conceito de memória coletiva proposto por Halbwachs (1990), sobre a qual está centrada a ideia de que, para que haja a rememoração coletiva faz-se necessário o uso de aporte exterior às próprias lembranças. Esse aporte se insere nas relações existentes entre o passado e o presente e nas interações sociais e históricas vividas entre indivíduos e grupos, e são possíveis graças a instrumentos que estes emprestam do meio em que vivem: “mais ainda, o funcionamento da memória não é possível sem esses instrumentos que são as palavras e as ideias, que o indivíduo não inventou e que emprestou de seu meio” (HALBWACHS, 1990, p. 36).

Logo, há uma percepção de que as memórias estão sujeitas a suportes tecnológicos (aparatos, ferramentas) e, sobretudo, sociais (linguagens, ideias, códigos) utilizados por esses grupos. Sobre esse aspecto, Nora (1993, p. 13) reflete que os lugares de memória “nascem e vivem do sentimento de que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, produzir atas, porque essas operações não são naturais”.

Tem-se dessa forma, que o conceito de memória coletiva está relacionado a acontecimentos sociais – e, por vezes, históricos –, comuns vividos por um grupo, como: cidade, país, família, igreja, grupo de amigos, ambiente de trabalho etc. Isso acontece porque, segundo o autor, “nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos. É porque, em realidade, nunca estamos sós” (HALBWACHS, 1990, p. 16). Assim, como patrimônio comum de recordações, a memória coletiva é, por natureza, social.

Ao refletir sobre o papel da atividade jornalística enquanto agente de construção e manutenção da memória coletiva, observa-se que a atividade ultrapassa essa linha de fluxo contínuo de transmitir acontecimentos e informações cotidianas. O entorno sob o qual se inscreve o Jornalismo constitui a produção de novos sentidos e confere à profissão, um *status* importante na tessitura do real. Barbosa (2004, p. 1-2) afirma sobre esse aspecto que “os jornalistas fazem a memória, na medida em que é papel da mídia reter assuntos que, guardando identificação com o leitor, precisam ser permanentemente atualizados”. Para a autora, “sendo o homem um sujeito histórico, recordar é ato

coletivo, ligado ao contexto social e ao tempo que engloba uma construção, uma noção historicamente determinada” (BARBOSA, 2010, p. 9).

2.2 Mega-acontecimento

Diariamente à disposição de um mosaico imprevisível de acontecimentos, seja por ordem natural de eventos (catástrofes, calamidades etc.), ou por ordem da ação individual ou coletiva (tragédias, acidentes, atentados etc.), o jornalismo move-se sistematicamente em direção às prioridades sobre as quais convergem os interesses informativos de cada meio. Nesse sentido, grandes eventos e grandes acontecimentos recebem uma atenção especial, pois são, notadamente, eventos avassaladores, que perpassam a vida em sociedade causando ligação com o público.

A fim de categorizar esses tipos de acontecimentos e suas tratativas quanto às coberturas, os profissionais desenvolveram, ao longo do exercício da atividade jornalística, tipificações que estabelecem determinados critérios para o desenvolvimento do acontecimento noticioso. Nesse sentido, é fundamental tratar do conceito de mega-acontecimento, proposto por Traquina (2004). Para o autor, esse tipo de evento corresponde àqueles acontecimentos não programados, carregados de tamanha dose de noticiabilidade que causam tumulto e subvertem a rotina natural da redação:

[...] será designado como mega-acontecimento, protótipo do acontecimento que arrebenta nas redações jornalísticas e provoca uma alteração completa na rotina, como uma nova primeira página, boletins de notícia, uma interrupção prolongada da programação normal. **Exemplos de mega-acontecimentos:** o ataque de 11 de Setembro de 2001, **o acidente fatal da Princesa Diana**, os primeiros passos do homem na lua – marcados por um grau enorme de valores-notícia. [...] (TRAQUINA, 2004, p. 97, grifos nossos).

Esses tipos de acontecimentos, quando explodem, costumam receber horas de emissões televisivas, grandes espaços em jornais e revistas, além de programas especiais, como entrevistas, documentários, e outros formatos que possam alavancar a notícia. Ainda segundo o autor, esses mega-acontecimentos costumam contemplar acontecimentos inesperados e excepcionais: “podem incluir, entre outros, a morte, a novidade, o inesperado, a notabilidade do ator, a relevância, o conflito e o insólito” (TRAQUINA, 2004, p. 97).

3 A finitude humana nas coberturas jornalísticas

Nesta seção pretende-se compreender a posição da morte nas narrativas midiáticas. Nesse sentido, faz-se importante entender a morte como acontecimento noticioso e a morte midiaticizada através dos suportes contemporâneos. A seção apresenta também um panorama sobre a ética e a ação jornalística no caso Diana.

Ao observar as coberturas sobre morte nas narrativas midiáticas percebe-se que ela assume um papel de destaque. Quando combinada a valores como a proeminência dos atores envolvidos, o drama, a comoção sobre o caso etc. faz com que haja um movimento de midiaticização que caminha rumo ao coletivo, pois há, através das coberturas jornalísticas, uma tentativa de apagar lenta e gradualmente a imagem daquela pessoa perdida.

Segundo Barbosa (2015), ao criar para os mortos locais de permanência em dispositivos, paradoxalmente fluidos - com a pretensão de eternizá-los -, possibilita-se a construção real/virtual deles. Com isso, produzem-se novos sentidos, que, ancorados em representações construídas ao longo do tempo, possibilitam – com a internet e o aparato tecnológico – a construção virtual dessa memória coletiva para a posteridade, resultando em um momento que se possa visitar, lembrar, rever e acessar, tornando esse momento fluido e preservado na memória e história da humanidade.

Barbosa (2004, p. 1) destaca que o conceito de morte foi ganhando novas representações e significações no decurso do tempo, sobretudo no que diz respeito à morte de figuras célebres. Para a autora, há, via mídia, uma construção imaginária do ato de morrer nas novas sociedades, e isso se dá por meio das coberturas jornalísticas, pois, “na morte dos ídolos nacionais, das personalidades públicas – publicizadas através das imagens da mídia – observa-se um ritual de celebração, de despedida” que torna o ato de morrer uma cena pública. A este respeito, convém observar que a morte cotidiana (violência, doenças, idade avançada etc) não é expiada por atos celebratórios como as de figuras célebres, pois está inclusa na profusão midiática de mortes corriqueiras, aquelas que acontecem diariamente nas telas da TV e nas páginas dos jornais.

Para Ribeiro (2015, p. 15), a midiaticização da morte como acontecimento noticioso está relacionada à esperança e saudade dos que estão em vida: “mostra também como hoje a morte midiaticizada continua sendo um investimento coletivo derivado da esperança na vida”. Para a autora, esse tipo de cobertura representa uma

forma de acostumar-se a ausência, apagando gradual e lentamente a presença do ente perdido, e é uma forma de acessar novamente as suas lembranças através dos suportes midiáticos.

3.1 A ação jornalística no caso Diana

É necessário trazer a esta análise que a midiaticização e a publicização em torno da princesa Diana representam um impacto global no que diz respeito aos anos 80 e 90. Não havia redes sociais, e sem a instantaneidade do *Twitter*, *Instagram* ou *Facebook*, Diana, era, notadamente, um fenômeno global da mídia, sendo considerada uma das personalidades mais exibidas, fotografadas, retratadas em biografias bem como uma das mais expostas, tendo sua vida tragada e veiculada a uma escala global de exposição. Esse *status* fez com que não houvesse limites ou separação entre o público e o privado e a princesa “sentia-se sufocada por sua popularidade, pelo tamanho das multidões e a proximidade dos repórteres” em sua vida (MORTON, 1992, p. 121).

Inscrita no panteão popular como a “princesa do povo”, Diana era diariamente seguida (e perseguida); era como se tudo o que acontecesse em sua vida fosse de interesse e satisfação pública: “ela estava consciente de que suas andanças eram seguidas por fotógrafos *paparazzi*, famintos por aquela primeira fotografia valiosa da princesa” (MORTON, 1992, p. 286).

Após o seu fatal acidente, muito se questionou sobre a atividade dos *paparazzi*, fotógrafos especializados em “seguir o rastro” das celebridades. Esses profissionais costumam operar à margem do ético e do aceitável, beirando o sensacional, o escandaloso, o exótico e colocando em xeque o valor sócio-histórico dessa busca desenfreada, que pouco representa o interesse público, e cuja fama foi alçada à luz da opinião pública a partir da morte da princesa Diana. O episódio colocou diante da sociedade aspectos éticos e deontológicos da profissão dos *paparazzi*, “fotógrafos especialistas na “caça as estrelas”, tornados tristemente célebres após a morte da Princesa Diana, que se servem dos mais variados expedientes para obter fotografias tão sensacionais quanto possível de gente famosa” (SOUSA, 2002, p. 23).

Aos limites da ação jornalística, pode-se observar que antes de qualquer direito de privacidade de Diana Spencer, vinha o interesse comercial dos veículos de comunicação que se serviam de suas mais esdrúxulas imagens para alavancar suas

vendas. Era comum os tabloides financiarem viagens a fim de que seus *paparazzi* acompanhassem a rotina de Diana. A esse respeito, o irmão de Diana, o conde Spencer, à época do acidente e de forma inconsolável, afirmou:

Sempre acreditei que a imprensa acabaria por matá-la. Mas nem mesmo eu poderia imaginar que eles teriam uma participação direta na morte dela como parece ter sido o caso. Parece que todo proprietário e editor de todas as publicações que pagaram para obter fotografias intrusivas e exploradoras dela, que encorajaram indivíduos ávidos e cruéis a arriscarem tudo para perseguir a imagem de Diana, também têm sangue nas mãos (MORTON, 1992, p. 300).

Segundo Morton (1992) eram oferecidos milhares de libras por fotos fortuitas e inesperadas da princesa, o que aguçava e incentivava a concorrência entre os *paparazzi* (e até entre pessoas comuns) que na busca pelos seus milhares de libras, intensificavam suas ações.

4 Análise da cobertura jornalística

Nesta seção, procede-se à análise do *corpus* da pesquisa. Para a execução da análise foi utilizado o Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2011). O *corpus* compreende a seleção de cinco textos publicados pelo jornal O Estado de S. Paulo no dia 31 de Agosto de 2017, data do aniversário de 20 anos da morte da princesa Diana, e teve como critério de escolha o fator temporal do marco de 20 anos desse mega-acontecimento. O protocolo de análise divide-se em três partes:

- 1º. Marcas da apuração: explora os aspectos textuais da notícia, bem como os indícios dos métodos utilizados para a apuração e as estratégias de cobertura, atuando sobre a origem da informação;
- 2º. Marcas da composição do produto: nesse nível há uma visão mais ampla do objeto, com enfoque não só no texto, mas no conjunto da notícia. Esse nível contempla aspectos estéticos e técnicos como: gênero jornalístico, natureza do texto informativo, localização na página, editoria, destaque e recursos visuais utilizados;
- 3º. Aspectos do contexto de produção: atua sobre um plano geral, captando aspectos organizacionais e do contexto sócio-histórico-cultural em que se localiza a produção jornalística, como fatores internos e externos.

4.1 Primeiro nível – Marcas da apuração

Tabela 1 – Protocolo de Análise de Silva e Maia (2011) 1º Nível – Marcas da apuração

TÍTULO DA REPORTAGEM	ASSINATURA DO TEXTO	LOCAL DE APURAÇÃO	ORIGEM DA INFORMAÇÃO
Mesmo após 20 anos, interesse do público pela princesa Diana ainda é grande	Agência de notícias; (AFP/Paris);	Interno; Redação;	Indireta; Eletrônica; Documental; De segunda mão;
20 anos sem Diana: Morte da princesa deixou mundo de luto e abalou a monarquia	Agência de notícias; (AFP/Londres);	Interno; Redação;	Indireta; Eletrônica; Documental; De segunda mão; (<i>Daily Mirror, The Sun, The Guardian</i>);
Lady Di se tornou símbolo da moda ao revolucionar os códigos de vestuário da família real	Agência de notícias; (AFP/Londres);	Interno; Redação;	Indireta; Documental; De segunda mão; (<i>The New York Times; Daily Mail</i>);
Princesa Diana ainda afeta popularidade do príncipe Charles	Agência de notícias; (AFP/Londres);	Interno; Redação;	Bibliográfica (Morton, 1992); Indireta; Documental; De segunda mão;
Morte da princesa Diana completa 20 anos	Local (repórter da matriz da redação – Liz Batista);	Interno; Redação;	Indireta; Documental;

Fonte: elaborada pela autora.

No primeiro nível, Marcas da apuração (Tabela 1), observa-se a predominância de publicações oriundas de agências internacionais. Esse fator explica-se pelo uso cada vez mais necessário de materiais coletados por agências de notícias, que diante do enorme volume de acontecimentos globais, bem como, da impossibilidade dos veículos em estar em todos os lugares para cobri-los, fornecem para estes, materiais jornalísticos.

Para Adghirni (2007, p. 34) o uso frequente de conteúdos dessas agências se dá “porque nunca vivemos, na escala da história das comunicações, um momento tão intenso no tráfego de afluência de notícias entre os continentes”. Para a autora, isso acontece porque as agências de notícias são as responsáveis por “revelar as facetas do cotidiano daquela sociedade estrangeira” (2013, p. 46) para os olhos do mundo.

Assim, sobre o 1º nível do Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística de Silva e Maia (2011), Marcas da apuração, tem-se que:

Quanto aos critérios de assinatura, foi possível observar que 4 das 5 matérias selecionadas teve a assinatura de agências de notícias; em 4 dos 5 textos, a *Agence France-Presse* (AFP) foi a agência correspondente; e apenas 1 matéria teve assinatura de repórter local – da matriz de redação de o Estado de S. Paulo –, proveniente do acervo eletrônico e documental do veículo, produzida internamente, sem informações de terceiros nem assinatura de agências. A matéria é assinada pela repórter Liz Batista. Das 4 matérias assinadas por correspondentes internacionais, 3 são de correspondentes em Londres (onde reside a Família Real) e 1 apresentou assinatura de correspondente em Paris (local do fatal acidente), ambas sem assinatura direta do repórter, sinalizadas apenas como correspondentes do jornal.

Quanto ao local de apuração, observou-se que das 5 matérias selecionadas, nenhuma foi feita por meio externo (quando o jornalista faz a apuração *in loco*); todas foram produzidas a partir da matriz da redação do jornal O Estado de S. Paulo (de forma interna). Esse fator explica-se pelo próprio fato de as notícias tratarem de uma figura póstuma, cuja presença física já não é possível acessar. O que se tem são as suas obras, sua história e homenagens, tudo aquilo o que se escreve ou se produz a seu respeito, não mais a sua presença física.

Por último, quanto à origem da informação, tem-se que, das 5 matérias selecionadas, nenhuma tem como origem de captação a forma direta em primeira mão (àquelas coletadas pelos jornalistas em eventos, coletivas, entrevistas, ou com as assessorias); logo, as 5 matérias selecionadas são de origem indireta, de segunda mão, obtidas de forma eletrônica (2 matérias); documental (5 matérias); bibliográfica (1 matéria); e através de republicações ou reedição de outros veículos, como textos retirados do *The New York Times*, *The Guardian*, *The Sun* e *Daily Mirror* (2 matérias). Sobre o uso de informações de segunda mão, Adghirni (2007, p. 8) afirma que isso se

dá “graças às tecnologias digitais que abreviaram o tempo e condensaram as distâncias entre os povos”, forçando o uso de informações de terceiros.

4.2 Segundo nível – Marcas da composição do produto

Tabela 2 – Protocolo de Análise de Silva e Maia (2011) – 2º Nível: Marcas da composição do produto

TÍTULO DA PUBLICAÇÃO	GÊNERO/NATUREZA DO TEXTO INFORMATIVO	LOCALIZAÇÃO/ DESTAQUE	RECURSOS VISUAIS
Mesmo após 20 anos, interesse do público pela princesa Diana ainda é grande	Reportagem especial;	Editoria Internacional;	1 Foto; 1 Vídeo;
20 anos sem Diana: Morte da princesa deixou mundo de luto e abalou a monarquia	Reportagem especial;	Editoria Internacional;	1 Foto individual; 11 Fotos em galeria com linha do tempo;
Lady Di se tornou símbolo da moda ao revolucionar os códigos de vestuário da família real	Reportagem especial;	Editoria Internacional;	1 Foto individual; 1 galeria com 10 imagens intitulada: “A vida da princesa em 10 datas”;
Morte da princesa Diana completa 20 anos	Reportagem especial;	Editoria Internacional; Acervo;	4 fotos; 10 recortes de jornais da época do acidente;
Princesa Diana ainda afeta popularidade do príncipe Charles	Reportagem especial;	Editoria Internacional;	1 Foto; 1 Vídeo: “20 anos sem Diana”; 1 Galeria contendo 11 fotos sobre a vida da princesa.

Fonte: elaborada pela autora.

O 2º nível do Protocolo metodológico de Silva e Maia (2011) traz as marcas da composição do produto (Tabela 2). Nessa parte da análise as autoras propõem um olhar mais amplo e mais aprofundado sobre o objeto de estudo, que contempla não apenas o texto, mas o conjunto de elementos utilizados para a construção do produto informativo, como aspectos visuais, recursos adicionais, disposição no veículo, editoria etc. Semelhante ao nível anterior, este 2º nível (marcas da composição do produto) traz também 3 categorias de análises, cada uma com suas especificidades, a fim de contemplar o texto em uma dimensão mais ampla de pesquisa.

Sobre o gênero jornalístico e a natureza do texto informativo (primeira categoria do 2º nível, marcas da composição do produto), buscou-se identificar aqueles mais utilizados. Antes de avançar ao detalhamento destes, compete sinalizar o conceito de Melo (2010) sobre o gênero jornalístico informativo. Para o autor, os formatos contemplados por esse gênero são: nota, notícia, reportagem e entrevista. Assim, identificou-se a presença de 5 reportagens (especiais) na edição especial do caderno Internacional de O Estado de S. Paulo publicados no dia 31 de agosto de 2017, marco dos 20 anos da morte da princesa Diana. A predominância do formato de reportagens especiais se deve ao fato de tratar-se um evento ocorrido há mais de 20 anos; de grande impacto global; e que somente por força de sua noticiabilidade volta às páginas da mídia. As reportagens da amostra selecionada para o *corpus* da análise trazem citações, arranjos textuais e reflexões profundas sobre o tema.

Quanto à localização no veículo, (segunda categoria do 2º nível, marcas da composição do produto), é possível identificar que 4 das 5 reportagens selecionadas fazem parte da editoria Internacional; e apenas 1 faz parte da editoria Acervo do jornal O Estado de S. Paulo.

Quanto aos Recursos visuais, (última categoria do 2º nível, marcas da composição do produto), tem-se que as 5 reportagens da amostra selecionada possuem imagens soltas, dispostas no decorrer do texto; além disso, 3 reportagens possuem galerias (com 10 e 11 fotos cada uma) com uma linha do tempo sobre a vida e a morte da princesa de Gales, Diana Spencer; há ainda 2 reportagens que possuem vídeos; e apenas 1 delas (a do acervo) possui 10 recortes de manchetes ou notícias de edições impressas de O Estado de S. Paulo (digitalizadas na própria matéria) da época do acidente.

4.3 Terceiro nível – Aspectos do contexto de produção

O 3º e último nível, denominado por Silva e Maia (2011) de aspectos do contexto de produção, traz a caracterização contextual das produções, para a qual as autoras destacam dois contextos: o interno e o externo. No contexto interno a análise se concentra em aspectos próprios do conteúdo do objeto de pesquisa, como as características organizacionais, editoriais e visuais do veículo; o público-alvo; a segmentação e o formato do produto. Assim, tem-se que na amostragem selecionada, as reportagens do jornal O Estado de S. Paulo, não há público-alvo especificado (não há definição por gênero, idade, faixa etária, localização etc.); os leitores que o jornal busca atingir fazem parte da própria audiência que o veículo já possui; e no que diz respeito ao formato do produto, trata-se de um produto digital, a versão *on line* do Jornal o Estado de S. Paulo, disponibilizado não só através do site “Estadão”, endereço oficial do jornal, mas também nas versões para aplicativos: Estadão *App* e Estadão *tablet* .

Já o contexto externo contempla uma perspectiva menos técnica do produto, mais voltada ao cenário sócio-histórico-cultural ao qual a notícia se localiza na narrativa midiática e social. Nesse cenário, ao falar da princesa Diana fala-se em um ícone dos anos 80 e 90, que alçada ao *status* de grande estrela da mídia, surpreendeu até aos veículos: “todos, até mesmo os editores de jornais, foram pegos desprevenidos pelo fenômeno da princesa Diana. Seus leitores não se cansavam de notícias sobre Diana; o rosto dela aparecia em todas as capas de revista” (MORTON, 1992, p. 116). Assim, ao falar de Diana Spencer, a princesa de Gales, observa-se que trata-se de um fenômeno global da mídia, cuja fama e influência exerce, ainda nos dias atuais, presença e elegibilidade a estar nas páginas da mídia.

5 Considerações finais

Após a análise das cinco reportagens selecionadas do jornal O Estado de S. Paulo, das editoriais internacional e acervo, publicadas em 31 de agosto de 2017, data do aniversário dos 20 anos da morte da princesa Diana, foi possível destacar que a reportagem especial foi o formato jornalístico predominante. Esse direcionamento segue o que indica Melo (2010, p. 66) que “a reportagem é o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social”. A predominância de reportagens

especiais se justifica pelas próprias características desse tipo de reportagem, que requer levantamento de informações, aprofundamento e riqueza de detalhes. Esse formato permitiu ao Jornal O Estado de S. Paulo contextualizar enredos importantes na narrativa da vida e morte da princesa Diana.

A partir da execução do Protocolo de Análise de Cobertura Jornalística proposto por Silva e Maia (2011) foi possível indicar, já no 1º nível (marcas da apuração), a preponderância do uso de materiais de agências de notícias internacionais, contribuição essencial quando se fala em atualização de notícias entre os continentes: “no jornalismo online, onde o fluxo de notícias é contínuo, a uma velocidade nunca antes experimentada, muitos veículos – hegemônicos ou não na emissão de informações – acabam recorrendo aos conteúdos de agências para dar conta de publicar os acontecimentos no exato momento em que estes ocorrem ao redor do mundo” (DALLA COSTA, 2014, p. 30).

Um fator essencial para reconhecer as reportagens especiais como os gêneros informativos mais utilizados na amostragem selecionada foi o uso do protocolo metodológico utilizado, e essa verificação foi possível a partir do 2º nível do protocolo de análise de Silva e Maia (2011) que diz respeito às marcas da composição do produto.

Foi possível verificar também que das cinco reportagens selecionadas, nenhuma tinha como foco central o terrível e fatal acidente ocorrido em 31 de agosto de 2017, e todas traziam relações e contextos com aspectos atuais referentes à monarquia, com a Família Real em suas configurações correntes, e possíveis cenários sob os quais a memória de Diana ainda exerce influência. Neste 2º nível foi possível observar ainda que as notícias sobre morte, sobretudo, as mortes de figuras célebres, conforme exposto na base teórica dessa análise, recebem grande atenção na agenda mediática, pois causam enorme comoção e identificação com os indivíduos. Além disso, observou-se que a morte da princesa perpassa valores que indicam reflexões em vários contextos, como uma revisão cultural do comportamento dos paparazzi e postura dos próprios veículos diante de figuras célebres.

No 3º e último nível do protocolo de análise de Silva e Maia (2011), referente aos aspectos do contexto de produção, foi possível ir além do que é visível no produto investigado, como aspectos extrínsecos, que perpassam cenários sócio-histórico-culturais, como o valor e a admiração que Diana desperta no público.

Diante do exposto, chega-se ao entendimento de que esta análise foi capaz de responder ao objetivo central a que se propunha: analisar de que forma um fato, mesmo decorridos 20 anos do seu acontecimento, volta à agenda da mídia. Isso deu-se em grau significativo pelo Protocolo de Análise utilizado (SILVA; MAIA; 2011) que permitiu a compreensão do processo de seleção, tratamento e construção das notícias, bem como, pela consulta em autores basilares que em suas óticas de estudos tipificam e categorizam os mais variados acontecimentos a que os *media* têm acesso diariamente. Assim, foi possível demonstrar como as notícias sobre os 20 anos da morte da princesa Diana constituem-se, mesmo decorrido tanto tempo, evento noticiável.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Marialva. **A morte imaginada**. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_573.pdf> Acesso em: 13 nov. 2018.
- BARBOSA, Marialva. **Jornalistas, “senhores da memória?”** Trabalho enviado para o NP 02 – Jornalismo, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Porto Alegre: 2004. Disponível em: <<http://www.ccmj.org.br/sites/default/files/BARBOSA%20Marialva.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2019.
- DALLA COSTA, Siliana. **Nossas notícias do mundo:** como os webjornais Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo editam os despachos de agências internacionais. Florianópolis: BU/UFSC, 2018.
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Vértice, 1990.
- MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Paulo: Metodista, 2010.
- MORTON, Andrew. **Diana:** sua verdadeira história. Rio de Janeiro: Record, 1992.
- NORA, Pierre. Entre Memória e História. A problemática dos lugares. In: **Projeto História**. São Paulo: PUC, n. 10, pp. 07-28, dezembro de 1993, p.13. Disponível em espanhol em: <<http://cholonautas.edu.pe/memoria/nora1.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2019.
- RIBEIRO, Renata. **A morte midiaticizada:** como as redes sociais atualizam a experiência do fim da vida. Niterói, RJ: Eduff, 2015.
- SILVA, Gislene; MAIA, Flávia. Análise de cobertura jornalística: um protocolo metodológico. **Revista Rumores**, v. 10, n. 5, 2011.
- SOUSA, Jorge Pedro. **Fotojornalismo**. Introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Florianópolis, Brasil: Letras Contemporâneas, 2004;
- TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. v. 2. Florianópolis: Insular, 2004.