



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

CELINA ALICE CARVALHO MODESTO

MULHERES “SENSACIONAIS”: Uma Análise da
Construção da Mulher no Jornal *Já*

João Pessoa

2016

CELINA ALICE CARVALHO MODESTO

MULHERES “SENSACIONAIS”: Uma Análise da
Construção da Mulher no Jornal *Já*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós
Graduação do Mestrado Profissional em Jornalismo
da Universidade Federal da Paraíba como requisito
para obtenção do título de Mestre em Jornalismo,
área de concentração Produção Jornalística, linha de
pesquisa Processos, Práticas e Produtos.

Orientadora: Profa. Dra. Glória de Lourdes Freire Rabay

João Pessoa

2016



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

A Dissertação de **Celina Alice Carvalho Modesto**, intitulada “MULHERES “SENSACIONAIS”: Uma Análise da Construção da Mulher no Jornal *Já*”, foi _____ pela banca examinadora.

Profa. Dra. Glória de Lourdes Freire Rabay – PPJ/UFPB (Orientadora)

Prof. Dr. Luiz Custódio da Silva – PPJ/UFPB (Examinador)

Profa. Dra. Suelly Maria Maux Dias – UFPB (Examinadora)

João Pessoa, 26 de agosto de 2016

Dedico este trabalho às pessoas mais importantes da minha vida e que sempre me apoiaram em cada decisão tomada: à minha mãe, Rivanilda, à minha irmã, Cely, e ao meu pai, Ivanoy, cuja presença nunca se foi de verdade

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, sou grata a Deus, força de vida e energia. Agradeço imensamente à minha família: aos meus pais, Rivanilda e Ivanoy, por todo o amor, dedicação e incentivos ao longo da minha jornada, e à minha irmã, Cely, pelo apoio e amor incondicional.

Agradeço também à minha orientadora, professora Glória Rabay, pela paciência, sugestões pertinentes e disposição a me ajudar com leituras, visões e análises nesta importante etapa acadêmica da minha vida. Aos professores Luiz Custódio e Suelly Maux pela participação na banca examinadora deste trabalho.

Aos amigos queridos, principalmente aos que sempre estiveram ao meu lado me incentivando tanto profissional quanto academicamente, sendo também suporte em relação às frustrações e dificuldades do cotidiano: Andrezza Gomes, André Luiz Maia, Taty Carvalho, Aline Martins, os Cinco (Juliana Terra, Luciano Mendes, Marília Domingues e Yves Feitosa), Tássio, Rafaela, Cibelly e tantos outros que também se fizeram presentes em minha vida, emprestando livros (Amanda e Edilane) ou somente ouvindo e conversando acerca de ideias e angústias.

Aos colegas de trabalho da Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado da Educação (Ascom-SEE), aos colegas de redação no Jornal Correio da Paraíba, aos professores sensíveis e dedicados do PPJ e, principalmente, aos colegas de turma do Mestrado Profissional por cada discussão frutífera e conhecimentos compartilhados durante dois anos e meio de curso. Também agradeço ao fotógrafo Thercles Silva, por ter cedido as imagens da capa fantasia, e ao diagramador Sadi Cândido, por ter montado a página de acordo com o solicitado. Enfim, agradeço a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a feitura desta pesquisa.

O problema da questão de gênero é que ela prescreve como devemos ser em vez de reconhecer como somos. Seríamos bem mais felizes, mais livres para sermos quem realmente somos, se não tivéssemos o peso das expectativas do gênero (Chimamanda Ngozi Adichie, Sejamos todos feministas)

RESUMO

Esta pesquisa analisa a construção da imagem da mulher no jornal impresso paraibano *Já*. Desta maneira, pretende-se identificar como o periódico, de cunho sensacionalista, faz uso de estratégias para reforçar os estereótipos em relação ao tema pesquisado. O *Já* é o único impresso considerado sensacionalista a ser comercializado atualmente na Paraíba, circulando desde 2009 e tendo como público-alvo as classes mais populares. Para a análise, foram selecionadas edições de janeiro a junho de 2014, sendo uma semana de cada mês e que, necessariamente, apresentaram matérias que retrataram a mulher. As capas cujas manchetes abordaram a temática também foram analisadas. No total, foram encontradas 46 matérias que tiveram a figura feminina como protagonista. Destas, foram escolhidas as consideradas mais significativas em relação ao modo como a imagem da mulher é construída no veículo. Apresentamos discussões acerca de conceitos como sensacionalismo, construção da notícia, representação e gênero. Foi utilizada a Análise de Discurso, mais especificamente a corrente francesa, para interpretação dos elementos que exacerbam imagens estereotipadas da mulher publicados durante o período. A metodologia empregada foi fundamental para analisar o objeto enquanto texto num contexto na sociedade. No percurso do estudo, foram essenciais as contribuições de autores como Alsina (2009), Traquina (2005), Angrimani (1995), Amaral (2006), Louro (1997), Bourdieu (2014), Jodelet (2002) e Orlandi (1999). A pesquisa mostrou que o Jornal *Já* utiliza mecanismos sensacionalistas que resultam na manutenção de estereótipos negativos em relação à imagem da mulher.

Palavras-chave: Jornalismo Sensacionalista. Jornal *Já*. Gênero. Imagem da Mulher. Análise de Discurso.

ABSTRACT

This research analyzes the construction of the woman's image in the Paraíba printed newspaper *Já*. Thus, it was intended to identify how the journal, having a sensationalist nature, uses strategies to reinforce stereotypes related to the searched theme. *Já* is the only sensationalist newspaper sold currently in the state of Paraíba, circulating since 2009, having the most popular classes as a target audience. For the analysis, there were selected editions from January to June of year of 2014, electing one week from every month, necessarily having published news involving women. The covers that presented the theme on their headlines were also analyzed. Overall, that was found 46 news showing the feminine figure as a protagonist. The most significant of them were chosen because the way how women's image is build on the newspaper. We presented discussions concerning concepts such as sensationalism, news construction, representation and genre. It was used Discourse Analysis, specifically the French school of thought, for the interpretation of the elements that exacerbate stereotyped women's images published during the period. The methodology used was essential to analyze the object while a contextualized text in society. During the study, the contributions of authors such as Alsina (2009), Traquina (2005), Angrimani (1999), Amaral (2006), Louro (1997), Bourdieu (2014), Jodelet (2002) and Orlandi (1999) were crucial. The research showed *Já* newspaper uses sensationalist mechanisms that results in the maintenance of negative stereotypes regarding women's image.

Keywords: Sensationalist Journalism. *Já* Newspaper. Genre. Women's Image. Discourse Analysis.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Exemplo de elementos da linguagem no <i>Já</i>	101
Figura 2 – Exemplo de adjetivação	102
Figura 3 – Exemplo 1 de figura de linguagem	106
Figura 4 – Exemplo 2 de figura de linguagem	108
Figura 5 – Exemplo de gíria	108
Figura 6 – Exemplo de contração	109
Figura 7 – Exemplo 1 de <i>fait divers</i>	113
Figura 8 – Exemplo 2 de <i>fait divers</i>	114
Figura 9 – Exemplo 1 de violência doméstica	115
Figura 10 – Exemplo 2 de violência doméstica	118
Figura 11 – Exemplo 3 de violência doméstica	120
Figura 12 – Exemplo 1 de violência urbana	122
Figura 13 – Exemplo 2 de violência urbana	123
Figura 14 – Exemplo 3 de violência urbana	125
Figura 15 – Exemplo 1 de Acompanhamento	126
Figura 16 – Exemplo 2 de Acompanhamento	128
Figura 17 – Exemplo 3 de Acompanhamento	130
Figura 18 – Exemplo 4 de Acompanhamento	131
Figura 19 – Exemplo de gêneros jornalísticos no <i>Já</i>	132
Figura 20 – Exemplo de nota no <i>Já</i>	133
Figura 21 – Exemplo de notícia no <i>Já</i>	135
Figura 22 – Exemplo 1 de fontes de informação	136
Figura 23 – Exemplo 2 de fontes de informação	138
Figura 24 – Exemplo de capa do <i>Já</i>	140
Figura 25 – Capa 1	142
Figura 26 – Capa 2	144
Figura 27 – Capa 3	145
Figura 28 – Capa 4	146
Figura 29 – Exemplo de página interna com a mulher “Essa é demais!!!”	148

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Classificações brasileiras a partir de Beltrão (1980), Chaparro (1998) e Melo (2003)	41
Quadro 2 – Classificação das matérias	78
Quadro 3 – Matérias policiais	99

Sumário

INTRODUÇÃO	12
1 BOTANDO A MÃO NA MASSA: A NOTÍCIA COMO CIMENTO NA CONSTRUÇÃO DA REALIDADE	16
1.1 O jornalismo como forma de conhecimento.....	18
1.2 A hipótese do <i>Agenda-setting</i> e o começo de uma Teoria do Jornalismo	21
1.3 O processo de produção da notícia e a Teoria do <i>Gatekeeping</i>	24
1.4 O <i>newsmaking</i> e a construção da realidade	26
1.5 Noticiabilidade e valor-notícia	28
1.6 Afinal, o que é acontecimento?	30
1.7 A notícia e o mundo possível	32
1.8 A rotina produtiva jornalística.....	35
2 ISENÇÃO, UM DELÍRIO: O SENSACIONALISMO NO JORNALISMO.....	39
2.1 Gêneros jornalísticos: uma breve noção.....	39
2.2 Classificações dos gêneros jornalísticos.....	41
2.3 O mito da objetividade	45
2.4 Sensacionalismo	47
2.5 <i>Fait divers</i>	52
2.6 Espetáculo	54
2.7 Jornalismo popular: o que é?.....	57
2.8 Critérios de noticiabilidade no sensacionalismo	59
3 MEIGAS E ABUSADAS: INVISIBILIDADE E VIOLÊNCIA NA IMAGEM DA MULHER NA IMPRENSA SENSACIONALISTA.....	61
3.1 Representação Social.....	63
3.2 Estereótipos	66
3.3 Mulher e mídia	69
4 PERCURSO METODOLÓGICO	78
4.1 Análise de Discurso.....	79
4.2 Interdiscurso, esquecimentos e formação discursiva	82
4.3 Sujeito, enunciação e imagem.....	84
4.4 Tipos de discurso.....	87
4.5 Dispositivo de análise.....	88
5 BONITINHA, MAS ORDINÁRIA: A MULHER CONSTRUÍDA PELO JÁ.....	92

5.1 O objeto de estudo: o Jornal <i>Já</i>	92
5.2 As matérias no <i>Já</i>	97
5.3 Dispositivos de análise	99
5.3.1 Os elementos da linguagem no <i>Já</i>	99
5.3.2 <i>Fait divers</i>	109
5.3.3 Acompanhamento.....	124
5.3.4 Gênero jornalístico	131
5.3.5 Fontes de informação	135
5.4 Elementos visuais: as capas.....	138
5.4.1 Descrição da capa do <i>Já</i>	138
5.4.2 Análise das capas	140
5.5 A nudez da mulher no <i>Já</i>	146
CONSIDERAÇÕES FINAIS	150
REFERÊNCIAS	156

INTRODUÇÃO

A imagem da mulher na mídia, frequentemente, é associada a estereótipos muitas vezes difíceis de serem desconstruídos, seja em propagandas publicitárias ou na sociedade. Neste sentido, o jornalismo, especialmente o de matriz sensacionalista, tem sua parcela de contribuição na manutenção desses estereótipos, reforçando preconceitos e ideias violentas em torno da mulher.

Esta pesquisa propõe um estudo acerca da construção da imagem da mulher no jornal impresso paraibano *Já*. O trabalho analisa aspectos visuais (tais como cores e fotografias) e textuais (manchetes e matérias) do periódico, relacionando conceitos de sensacionalismo, gênero, representação e construção da notícia. O objetivo é verificar como é construída a imagem da mulher no periódico, considerando a linha editorial mais voltada ao sensacionalismo do objeto de estudo.

A análise busca identificar as estratégias utilizadas pelo Jornal *Já* para construir a representação da mulher no periódico, por meio de imagens, textos e critérios de noticiabilidade. A partir disso, problematiza-se a maneira como o jornal representa a mulher ao público leitor, através do sentido dos conteúdos publicados, e como tais estratégias contribuem para a perpetuação de estereótipos de gênero na mídia.

A justificativa do presente estudo é a quantidade relativamente escassa de pesquisas que analisam o Jornal *Já*, ainda mais o relacionando com questões de gênero, conforme a discussão propõe. Desta forma, o estudo ganha importância por relacionar um tema caro ao jornalismo, que é a prática sensacionalista, com o estudo de gênero, tão relevante em termos sociológicos.

Na Paraíba, quatro das cinco principais emissoras de televisão disputam a audiência com pelo menos um programa nos moldes sensacionalistas. Por sua vez, a mídia impressa conta apenas com um representante: o Jornal *Já*. O jornal impresso *Já* foi lançado no estado em 2009, seguindo os passos de publicações reconhecidas nacionalmente, a exemplo do *Meia Hora* e do *Extra*, ambos do Rio de Janeiro e *Agora São Paulo*, da capital paulista.

O Jornal *Já* é um tabloide diário que integra os produtos comunicacionais do Sistema Correio de Comunicação. Vendido inicialmente no valor de R\$ 0,25 (vinte e cinco centavos), o jornal teve o valor reajustado em fevereiro de 2014 e atualmente

custa R\$ 0,50 (cinquenta centavos), sendo ainda considerado um valor acessível ao público alvo do impresso: as classes formadas por pessoas de renda mais baixa.

Em relação aos demais jornais impressos comercializados no estado, o periódico apresenta características que o tornam facilmente reconhecido, tais como linguagem excessivamente coloquial, com uso de gírias e duplo sentido, e abuso de cores e imagens sensacionalistas em matérias de cunho policial e esportivo, além da exploração da imagem feminina, recorrente em publicações semelhantes.

A partir da localização de 46 matérias publicadas na editoria de Cidades que tiveram a mulher como protagonista, no período estudado, foram escolhidas as mais significativas do modo como a imagem da mulher é construída no veículo para compor o *corpus* do trabalho. Nestas, a mulher aparece seja enquanto vítima ou protagonista.

As capas nas quais as matérias que abordam a mulher tiveram destaque também constituem o objeto de análise deste trabalho. A seleção da editoria de Cidades foi feita após uma pesquisa exploratória das edições de janeiro de 2014, na qual se verificou ser a seção mais propícia à variedade de temáticas do cotidiano e, por conseguinte, que retratam a mulher.

A amostragem é composta por matérias e capas publicadas entre janeiro e junho de 2014, sendo uma semana (de segunda-feira a sábado) por mês. A seleção do ano ocorreu por ser o de início da pesquisa. O material da análise foi obtido junto ao Sistema Correio de Comunicação, cedido gentilmente pela editora geral de jornalismo, Sony Lacerda. Foram obtidas edições do jornal no formato PDF e, para casos específicos, a edição física.

A pesquisa exploratória também permitiu verificar que o total de matérias publicadas na respectiva editoria no período da análise foi de 314. Assim, a primeira constatação que ocorre é que a mulher é pouco retratada nas matérias do periódico, correspondendo a apenas 14,64% do total de publicações em seis semanas avaliadas. O material selecionado, dessa forma, tende a ser representativo para a análise que se apresenta.

No primeiro capítulo desta pesquisa, foi abordado o conceito de construção da notícia, corrente sociológica do estudo do Jornalismo que entende as notícias não como espelho da realidade, mas como construções que auxiliam na mediação da realidade social. A discussão acerca da construção da notícia se relaciona com os estudos

realizados durante o curso de Pós-Graduação em Jornalismo, além de coadunar com o objeto de estudo desta pesquisa.

Teorias do Jornalismo como *Newsmaking* e *Agenda-setting* foram abordadas neste capítulo inicial, bem como conceitos de valor-notícia, critérios de noticiabilidade e acontecimento, importantes na discussão acerca do Jornalismo enquanto construtor da realidade social e para a compreensão das rotinas produtivas que acabam influenciando não só na notícia, mas também na visão de mundo que a prática jornalística acaba construindo para o público.

O sensacionalismo foi o tema do segundo capítulo desta pesquisa por meio de conceitos como os de gênero jornalístico, objetividade jornalística, *fait divers*, espetáculo e jornalismo policial. As discussões foram essenciais no sentido de compreender o fenômeno do sensacionalismo e as consequências que ele imprime no jornalismo.

O terceiro capítulo, que traz a discussão de gênero e representação, aborda a questão da mulher e o tratamento que ela recebe na sociedade. Além disso, aspectos da representação social, tais como estereotipia e preconceito, também foram discutidos, principalmente em relação ao modo como afetam a visão que se tem da mulher e como ela é propagada na mídia.

O capítulo quatro discorre acerca do percurso metodológico desta pesquisa, a saber, a Análise de Discurso, utilizada para compreender os sentidos dispostos nos textos e imagens selecionados. A metodologia extrapola a prática interpretativa (ou hermenêutica) principalmente por considerar três aspectos fundamentais: linguagem, sujeito e história. Sendo assim, considera-se que a linguagem influencia e é, ao mesmo tempo, influenciada, seja pelas condições de produção de determinado discurso, pelo processo de produção ou pela memória de discursos preexistentes, num movimento conhecido como polifonia.

No capítulo seguinte foi realizada a análise propriamente dita, utilizando-se os conceitos acima expostos, que foram suficientes para detalhar o *Já* e dividir a análise em dispositivos que permitiram investigar o sentido do discurso do periódico. Dessa forma, o capítulo tenta mostrar a forma como a mulher foi representada no Jornal *Já* e como os estereótipos de gênero foram apresentados por ele.

O estudo proposto não tem a intenção de apresentar respostas definitivas em relação à temática, mas iniciar um debate acerca do sensacionalismo e gênero na mídia impressa paraibana que possa ser proveitoso para a academia, o público em geral e, principalmente, para os profissionais que atuam no jornalismo.

1 BOTANDO A MÃO NA MASSA: A NOTÍCIA COMO CIMENTO NA CONSTRUÇÃO DA REALIDADE

Na introdução do livro *A construção da notícia*, o estudioso espanhol Alsina (2009) afirma que a produção da informação é uma atividade complexa. Para o referido autor, essa é apenas uma das fases da construção do discurso jornalístico, uma vez que a circulação e o consumo também fazem parte do processo global que desemboca na notícia propriamente dita.

Alsina (2009) explica que os meios de comunicação se apresentam como os transmissores da realidade social. Dessa forma, eles são reconhecidos pelo público como instituição capaz de contar e mostrar os principais acontecimentos do cotidiano que são dignos de serem noticiados.

Por isso, o autor trabalha com o conceito de construção social da realidade, da qual o Jornalismo é produto e produtor. Ao citar a definição de Berger e Luckmann (1979), o autor afirma que isso diz respeito a um

(...) processo de institucionalização das práticas e dos papéis na vida quotidiana. Esse processo é, ao mesmo tempo, socialmente determinado e intersubjetivamente construído. Isso nos levaria a caracterizar o processo da comunicação como sendo uma atividade socialmente legitimada, para gerar construções da realidade publicamente relevantes (ALSINA, 2009, p.20).

Ou seja, a realidade como é conhecida seria construída por meio de práticas e papéis oficializados e estabelecidos. Sendo assim, a comunicação pode ser considerada como uma espécie de “tijolo” nesta construção da realidade social, já que as notícias, ao serem consideradas como os acontecimentos mais relevantes que devem ser assimilados pelo público, acabam por legitimar o conhecimento transmitido – e, portanto, mostrar um mundo “aceitável”.

Antes de esmiuçar a notícia como construção da realidade, Alsina (2009) difere acontecimento de notícia e afirma que, enquanto o primeiro diz respeito a um elemento novo e que desestabiliza determinado sistema ou estrutura, ou seja, um acidente, “a notícia é um fenômeno de geração do sistema” (ALSINA, 2009, p. 45). Assim, entende-se que a notícia é um produto gerado por causa do acontecimento, mas não somente isso, como será discutido mais a frente.

Nas pesquisas da abordagem construcionista, há duas análises opostas e que avaliam a mídia enquanto construtora da realidade social. Uma revela a crença na construção de uma realidade aparente, ou seja, uma ilusão. Os autores que seguem essa corrente acreditam que “a mídia manipula e distorce a realidade objetiva (...)” (ALSINA, 2009, p. 46), produzindo, assim, uma simulação da realidade.

Por outro lado, há estudiosos que veem a questão de forma diferente: a mídia seria a responsável por criar a realidade social, dependendo, dessa forma, completamente da prática jornalística. Alsina (2009), embora esteja mais inclinado a esta hipótese, faz algumas ressalvas.

Para o autor, não se deve vincular exclusivamente a construção da realidade social à atividade jornalística, já que ela estaria legitimada socialmente somente “para gerar construções da realidade publicamente relevantes” (ALSINA, 2009, p.46). Outro ponto que o autor frisa é o perigo de considerar apenas o papel da mídia nessa construção da realidade social e ignorar a interação com a audiência.

Conforme salienta, “precisamos deixar bem claro que a construção social da realidade por parte da mídia é um processo de produção, circulação e reconhecimento” (ALSINA, 2009, p. 47). A relação entre o jornalista e a audiência, assim, seria estabelecida por meio de um “contrato pragmático fiduciário social”.

Em suma, trata-se de uma relação que só existe por causa da confiança dispensada às duas partes. Segundo descreve Alsina (2009),

Em princípio, qual seria então a primeira função da informação da mídia? Poderíamos dizer que é o “fazer saber”. Mas esse fazer saber precisa, como condição necessária, que acreditemos que a informação da mídia é real porque senão não poderá “nos fazer saber”. (...) Dessa feita, a mídia nos propõe um contrato pragmático fiduciário que tem a intenção de que acreditemos que o que eles dizem é verdade, ao mesmo tempo em que nos pedem que confiemos no seu discurso informativo. (...) O contrato pragmático fiduciário da mídia é um produto histórico da institucionalização e da legitimação do papel do jornalista (ALSINA, 2009, p. 48)

Sendo assim, o discurso jornalístico precisa também parecer verdadeiro, por meio do uso de estratégias como dados, aspas e discurso de autoridades acerca de determinados temas – provocando verossimilhança. Tudo isso reforça a construção de um discurso verídico ou com aparência verídica. Alsina (2009) também diz que embora seja predominante, o discurso informativo não é o único que a mídia constrói.

Há também o discurso lúdico, que seria aquele que preza pelo fazer sentir – em oposição ao fazer saber do informativo. Publicações cujo conteúdo pode ser considerado sensacionalista, por exemplo, estariam nessa categoria do discurso lúdico. Traquina (2005) explica que os jornalistas, de modo geral, resistem ao entendimento de notícia como narrativa ou construção.

Para o autor, mesmo que no vocabulário de língua inglesa o profissional se refira à notícia como “estória”, a resistência decorre dos valores fundamentais da ideologia profissional (objetividade, neutralidade, entre outros). Além disso, Traquina (2005) argumenta que fica claro, especialmente quando se percebe que uma notícia pode ser contada de diversas maneiras e ângulos, que se trata de uma narrativa, ou seja, de uma estória.

O autor frisa que “embora o paradigma das notícias como narrativa não signifique que as notícias sejam ficção, questiona o conceito das notícias como espelho da realidade” (TRAQUINA, 2005, p. 19). Deste modo, as notícias não deixam de informar ou de até mesmo “ensinar” aos leitores, mas pode ser considerada uma realidade construída.

1.1 O jornalismo como forma de conhecimento

O pesquisador Vizeu (2011), além de pensar o Jornalismo sob a perspectiva da realidade social construída, o percebe também como uma forma de conhecimento essencial na sociedade e que teria como preocupação a interpretação da realidade social apresentada.

Assim, o autor afirma que “a mídia não só transmite, mas prepara e apresenta uma realidade dentro das normas e das regras do campo jornalístico, contribuindo dessa forma para a percepção do mundo da vida” (VIZEU, 2011, p. 6). Trata-se, enfim, de um conhecimento crítico.

Além disso, o Jornalismo acaba por se tornar um lugar de referência para mulheres e homens. É por meio das notícias que as pessoas se informam, apreendem conhecimentos e compreendem (ou tentam compreender) um mundo considerado cada vez mais complexo. O Jornalismo, assim, seria uma forma de contribuir para a compreensão de contextos distintos do vivido pelas diferentes pessoas. Por isso, Vizeu

reforça a importância do campo jornalístico, mesmo ciente de outras maneiras de conhecer diferentes realidades.

A discussão acerca do Jornalismo enquanto conhecimento está longe de ser recente. Desde os primórdios da atividade, existem críticos que, ora a rechaçam e ora entendem – de maneira limitada – as funções do jornalismo. O professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Eduardo Meditsch, em 1997, participou de um seminário que pretendia responder a seguinte questão: o jornalismo é uma forma de conhecimento?, abordando precisamente se ele transmitia conhecimento ou degradava o saber.

A hipótese que ele sustenta é a de que “o Jornalismo é uma forma de produção de conhecimento. (...) esta forma de conhecimento tanto pode servir para reproduzir outros saberes quanto para degradá-los, e é provável que muitas vezes faça essas duas coisas simultaneamente” (MEDITSCH, 2002, p. 2).

Assim, para o autor, o Jornalismo, tal qual a ciência, revela a sociedade, sendo que de maneira diferente. O cotidiano, categoria especialmente negligenciada pelos cientistas, é importante componente do Jornalismo neste sentido. Tradicionalmente, o conhecimento possui duas concepções amplamente trabalhadas: uma de ideal positivista e outra pragmática.

Conforme explica Moretzsohn (2007), a concepção de caráter positivista se refere ao entendimento de ciência como única fonte de conhecimento. A outra, de caráter pragmático, diz respeito à divisão do conhecimento em “conhecimento de”, que é aquele utilizado no cotidiano, e “conhecimento sobre” ou “acerca de”, que é sistemático e remete ao rigor científico.

Ao utilizar os argumentos do também sociólogo e ex-jornalista Robert E. Park, um dos pioneiros ao tratar a notícia como forma de conhecimento, o pesquisador Genro Filho (1987) acrescenta que os dois tipos de conhecimento explicados são gêneros diferentes, e não graus de conhecimento. Portanto, possuem funções distintas na sociedade. Para o autor, tal divisão entre os conhecimentos é redutora, já que é possível supor, a partir deles, uma espécie de senso comum isenta de contradições em seu interior.

Entretanto, para Park (2008), é essencial compreender o que distingue o Jornalismo enquanto conhecimento de outras áreas, tais como Ciência e História,

buscando identificar o que é específico da atividade. O autor levanta a hipótese de que enquanto o passado é interesse dos historiadores, a notícia “como forma de conhecimento, primariamente não está interessada no passado ou no futuro, mas no presente – o que tem sido descrito pelos psicólogos de ‘o presente precioso’” (PARK, 2008, p. 59). Por isso, Park (2008) frisa que a notícia é um produto perecível, de caráter transitório e efêmero.

Por sua vez, Meditsch (2002) argumenta que muitos consideram o Jornalismo como “História à queima-roupa”, inclusive os próprios profissionais, ao comparar o grau de profundidade que cada forma de conhecimento pode atingir. Para Moretzsohn (2007), tal comparação explicita o ritmo acelerado de produção ao qual se submete o jornalismo.

Dessa forma, “designa o jornalismo como ponto de convergência entre o conhecimento no cotidiano e as formas eruditas de saber, buscando nessa aproximação uma forma própria de expressão que se preste ao papel fundamental de *comunicar*” (MORETZSOHN, 2007, p. 127) (grifo da autora).

Meditsch (1992), ao explicar os estudos de Genro Filho (1987), esclarece que ele partiu do conceito provisório de que o Jornalismo era uma forma social de conhecimento. Embora o autor também defenda uma diferenciação do Jornalismo em relação às demais ciências, assim como Park (2008), Meditsch (1992) explica que Genro Filho (1987) vai além e busca três categorias tradicionais na filosofia para explicar o conceito de jornalismo: singular, particular e universal.

De modo resumido, as categorias consistem em: singular é o que não se repete, ou seja, aquilo que só é idêntico a si mesmo; particular diz respeito a traços de identidades com grupos limitados; por último, aparece a categoria universal, que descreve uma dimensão mais ampla. O mais importante a se compreender dessas três categorias é que elas são relacionadas umas às outras.

De acordo com Meditsch (1992), “sempre, em cada uma dessas dimensões, estão presentes as demais” (MEDITSCH, 1992, p. 28). Assim, o autor explica que o jornalismo, dentre as categorias abordadas, estaria contemplado como forma de conhecimento singular, já que antes dele, o conhecimento que se tinha do mundo era do tipo universal.

Com o advento do capitalismo, e a eventual necessidade de existir do jornalismo, conforme afirma Genro Filho (1987), a singularidade no sentido do que é menos generalizante torna-se a força dessa atividade. Assim, explica Meditsch (1992),

São as características, os detalhes, porque é preciso montar um quadro que tenha certa semelhança com a minha percepção imediata, a maneira como desvelo coisas que eu vejo ao meu redor. A grandeza e a força do Jornalismo decorrem do fato dele reproduzir coisas distantes pelo ângulo do fenómeno, ou seja, pelo ângulo da singularidade. (...) Quer dizer, o aspecto vivo, o aspecto central do acontecimento que o Jornalismo deve formular é a singularidade do evento (MEDITSCH, 1992, p. 31).

Moretzsohn (2007) afirma, baseada em Meditsch (1997), que um dos problemas do jornalismo como conhecimento seria a falta de transparência dos condicionantes da atividade, ou seja, a forma como os profissionais veem o mundo que os cercam, as rotinas produtivas com suas limitações, constrangimentos e objetivos, a estrutura das organizações onde trabalham, as condições técnicas, enfim, “o jogo de poder e os conflitos de interesses necessariamente implicados na circulação social desta informação” (MORETSZOHN, 2007, p. 130).

Por isso, é preciso compreender o caminho que foi percorrido pelos diversos teóricos até atingirem a noção de construção da notícia no Jornalismo.

1.2 A hipótese do *Agenda-setting* e o começo de uma Teoria do Jornalismo

Por que as notícias são como são?, questiona Traquina (2005), complementando com outra pertinente indagação: “qual é o papel dos jornalistas na produção das notícias?” (TRAQUINA, 2005, p.73). Numa época na qual os dados estão disponíveis a qualquer pessoa que tenha acesso à internet, parece que o jornalismo se torna uma atividade obsoleta. Enquanto muitos preferem olhar pelo prisma do pessimismo, Traquina (2005) revela cautela.

Para ele, as *cibermídias* podem acabar reforçando a importância do jornalista nas sociedades atuais. Desde os anos de 1930, teorias e estudos surgiram para tentar explicar o Jornalismo, dada a sua importância enquanto fenômeno de comunicação. Segundo Vizeu (2002), a teoria do espelho é considerada a mais antiga a tentar compreender o jornalismo.

Na teoria do espelho a hipótese sugere que as notícias são como são porque correspondem a uma cópia fiel da realidade, ou seja, apenas refletem o que é produzido pela realidade. Vizeu (2002) entende que a teoria pode ser considerada como um senso comum das redações e de muitos cursos de Jornalismo pelo país. Em sua crítica, o autor afirma que o campo de estudos não é percebido enquanto seus aspectos simbólicos, sendo reduzido a meras técnicas.

Uma hipótese amplamente conhecida é a do *Agenda-setting*, considerada uma das primeiras a tentar tecer uma teoria para o campo do Jornalismo com viés sociológico, ou seja, salienta o papel de processos simbólicos e comunicativos no tocante à sociedade, conforme explica a pesquisadora Cardoso (2008). A autora explana que a hipótese, também conhecida como agendamento ou temário, surgiu no início dos anos 1970 diante de um contexto no qual se teorizava que o poder da mídia era limitado.

Cardoso (2008) esclarece que a expressão vem do inglês *agenda*, que significa pauta ou ordem do dia, e *set*, que significa regular, estabelecer ou determinar. Os principais pesquisadores da teoria foram Walter Lippmann (1922) e Noelle Neumann (1977). Esta também desenvolveu a Teoria da Espiral do Silêncio. De acordo com Cardoso (2008),

A hipótese do *agenda-setting* trata das consequências da ação dos jornais, rádio, televisão e de outros meios de comunicação. Teoriza que o público sabe ou ignora, presta atenção ou abandona, realça ou negligencia os cenários públicos, de acordo com o que é exposto pela imprensa. (...) Assim, se a mídia dá ênfase a algum evento, problema ou pessoa, o público também o faz (CARDOSO, 2008, p. 4).

Ou seja, o público acaba enfatizando determinados assuntos em detrimento de outros de acordo com a exposição que a mídia faz dele. Segundo Alsina (2009), “é muito provável que a mídia não tenha o poder de oferecer às pessoas a forma como elas devem pensar, mas o que ela consegue de fato é impor-lhes o que têm de pensar” (ALSINA, 2009, p. 87). Sendo assim, conforme Cardoso (2008), a persuasão seria uma consequência marginal, já que o efeito de ditar a discussão pública seria mais importante.

Inclusive, a autora defende que dizer sobre o que pensar seria um grande poder por parte da mídia, pois quando um acontecimento não se torna notícia, ele não existe

socialmente – exceto para quem o vivenciou diretamente. Assim, segundo Cardoso (2008), transformar um acontecimento em notícia seria transformá-lo em objeto de discussão, embora haja temas que provoquem mais ou menos discussão no meio social.

Ao citar Traquina (2005), Cardoso (2008) afirma que a hipótese do *agenda-setting* retoma o debate acerca do poder da imprensa justamente por salientar a capacidade que ela tem de influenciar a opinião pública. Sobre isso, Park (2008) argumenta que a primeira reação típica de um indivíduo, ao entrar em contato com uma notícia, é repassá-la a outro, o que gera uma discussão. Assim, “o conflito de opiniões e sentimentos que a discussão inevitavelmente suscita geralmente acaba numa espécie de consenso ou opinião coletiva – que nós chamamos de opinião pública” (PARK, 2008, p. 69-70).

Para Cardoso (2008), “a agenda (...) revela os tipos de acontecimentos sobre os quais um determinado órgão de comunicação se concentra de forma, mais ou menos, estável para oferecer as representações da realidade” (CARDOSO, 2008, p. 5). Além disso, a imprensa hierarquiza quais são os assuntos principais dentre os escolhidos para serem noticiados.

Ou seja, do que foi notícia no dia, qual tema foi o mais importante? Tal hierarquização, salienta a autora, não depende apenas da vontade de um jornalista, mas de um conjunto de valores, incluindo as fontes e o posicionamento editorial da empresa jornalística.

Em relação aos valores-notícia, Cardoso (2008) afirma que devem ser de fácil codificação e variáveis, a fim de se adaptarem às mudanças sociais. Temas que não eram tratados há 30 anos, por exemplo, podem ser mais facilmente encontrados atualmente. Um exemplo disso é a questão da violência contra a mulher. A hipótese do agendamento afirma, ainda, que a imprensa é responsável pela construção da imagem da realidade.

Segundo a autora, “essa imagem representa a totalidade da informação sobre o mundo que cada indivíduo organizou e acumulou. Nesse sentido, o público vai formando sua opinião ou conhecimento dependendo do que a mídia inclui e expõe em sua agenda” (CARDOSO, 2008, p. 7). Outro aspecto que se deve ressaltar é que as pesquisas acerca do agendamento mostram que os efeitos são cumulativos e somente percebidos no médio e longo prazos.

Conforme diz Alsina (2009), embora o temário dos meios impacte no temário do público, cabe perguntar: qual é a influência dos diversos meios? Em quais casos a televisão seria mais efetiva? E em quais temas o rádio se mostra mais influenciador? Dessa forma, para o autor, devem-se levar em consideração três elementos na hora de analisar o temário em relação aos diversos meios: a natureza tecnológica de cada um, a morfologia e a tipologia da informação e os modelos de usos dos meios.

A hipótese do *agenda-setting*, entretanto, é vista com ressalva por parte dos pesquisadores. Para Alsina (2009), alguns dos problemas da teoria seriam: individualidade da audiência, a relação interpessoal, o tipo de exposição a qual o indivíduo é submetido por parte da mídia, problemas metodológicos, entre outros.

1.3 O processo de produção da notícia e a Teoria do *Gatekeeping*

Uma das lacunas deixadas pela hipótese do *agenda-setting* é a do processo de produção da notícia. A fim de tentar preenchê-la, muda-se o foco da pesquisa: “tenta-se compreender, entre outras questões, quais são os fatos que influenciam a elaboração da agenda jornalística e não mais a influência da informação (notícia) na discussão pública” (CARDOSO, 2008, p. 9).

Uma das teorias do Jornalismo que tenta explicar esse espaço é a do *gatekeeping*. Segundo Shoemaker (2011),

Gatekeeping é o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente, além de ser o papel central da mídia na vida pública moderna. (...) a redução de tantas mensagens potenciais em um conjunto tão pequeno pode parecer impossível, mas existe um longo e consolidado processo que possibilita que isso aconteça diariamente (SHOEMAKER, 2011, p. 11).

A teoria do *gatekeeping*, portanto, traz o conceito do *gatekeeper* que, conforme Cardoso (2008), foi aplicado no Jornalismo por David Manning White na década de 1950, mas surgiu pela primeira vez nos estudos do psicólogo Kurt Lewin, em 1947, que pesquisava decisões domésticas em relação à compra de alimentos. O termo pode ser

compreendido como selecionador (*gate* significa portão e *keeper* proprietário, cuidador).

Dessa forma, o *gatekeeper* seria a figura daquele que tem o poder de selecionar, ou seja, “tem autoridade para rejeitar ou transformar a informação em notícia. Normalmente é o editor que, numa redação, decide o que vai entrar ou não na edição do jornal” (CARDOSO, 2008, p. 10). Entretanto, dependendo da circunstância, o *pauteiro*, o chefe de reportagem ou até mesmo o repórter podem filtrar o que vai ou não se transformar em notícia.

Traquina (2005) explica que, na hipótese do *gatekeeping*, o processo de produção da informação ocorre por meio da passagem desta por vários “portões” (*gates*), nos quais o *gatekeeper* vai decidir se ela passa ou não. Assim, as notícias que são aprovadas, ou seja, conseguem passar pelos portões decisórios, são publicadas. No estudo clássico de White, ao estudar as rotinas decisórias de um editor chamado Mr. *Gates* (nome fictício), ele concluiu que as escolhas por uma notícia ou outra eram arbitrárias e subjetivas.

Após o estudo de White, conforme Shoemaker (2011) diversos pesquisadores testaram a hipótese do *gatekeeping*. Um deles foi Gieber (1956) e que chegou a uma conclusão divergente da de White. A autora explica que o estudioso “descreveu o editor como alguém ‘preso a detalhes mecânicos que operam como uma camisa de força’, (...) que não permite que valores pessoais exerçam grande influência na seleção das histórias” (SHOEMAKER, 2011, p. 30).

Ou seja, Gieber (1956) contextualizou o jornalista, atribuindo à organização e suas rotinas a seleção das notícias, em detrimento dos motivos pessoais e subjetivos. A isso, Traquina (2005) chamou Teoria Organizacional. Conclusão semelhante à de Gieber (1956) chegaram os estudiosos Westley e MacLean (1957), ao combinarem a noção de *gatekeeping* a de co-orientação, de Newcomb (1953), de acordo com Shoemaker (2011). Eles “tratam a organização como algo monolítico, com trabalhadores individuais atuando coletivamente como um *gatekeeper*, presume-se, obedecendo a um conjunto de regras” (SHOEMAKER, 2011, p. 31).

Cardoso (2008) frisa que são várias as explicações para a permissão ou o bloqueio de uma informação, incluindo o espaço no meio, a qualidade do texto e até mesmo o local onde o acontecimento ocorreu. Ou seja, as vontades individuais do

jornalista pouco contam neste caso. Wolf (1999) afirma que não se trata de um problema de seleção, mas de controle do processo informativo e que por isso é importante a maneira como é realizada esta filtragem das informações.

O autor explica que na seleção tomam-se como parâmetro as referências entre os próprios colegas de profissão e o sistema de fontes, em detrimento do público. Entretanto, o contexto profissional-organizativo-burocrático tem maior predominância na influência dos *gatekeepers*. Conforme afirma o autor,

Os mecanismos de manutenção da linha editorial e política dos jornais (...) é apreendida “por osmose” e é imposta, sobretudo, através do processo de selecção dos jornalistas no interior da redacção. A principal fonte de expectativas, orientações e valores profissionais não é o público, mas o grupo de referência constituído pelos colegas ou pelos superiores (WOLF, 1999, p. 182).

Shoemaker (2011) afirma que o processo do *gatekeeping* afeta a realidade social de todos, já que determina como cada um vê o mundo e até mesmo a própria vida. Para a autora, “o processo de *gatekeeping* pode afetar diretamente as atitudes e opiniões da audiência, de modo que tanto mensagens de apoio quanto mensagens conflitantes (acerca de um tema) atravessam os portões” (SHOEMAKER, 2011, p. 15).

1.4 O *newsmaking* e a construção da realidade

Aos poucos, a pesquisa voltou-se às condições de produção do conteúdo informativo, ou seja, o dia a dia da organização jornalística. Segundo Wolf (1999), os pesquisadores notaram o fenômeno chamado de distorção inconsciente dos conteúdos e que não estava ligado necessariamente a conduta profissional do jornalista (como a seleção das notícias, conforme a teoria do *Gatekeeping*, por exemplo), mas com a organização e a produção rotineira das empresas jornalísticas.

Para o autor, o profissionalismo aliado aos valores e as rotinas profissionais acabam por impor restrições aos jornalistas. A partir dessa premissa, começam os estudos da teoria do *Newsmaking* (produção da informação ou da notícia, em tradução livre). O foco na rotina de produção integra o aspecto metodológico da teoria, segundo Wolf (1999).

Além disso, duas perguntas podem ser consideradas como as norteadoras das pesquisas que se ocupam dessa abordagem: Qual é a imagem do mundo que os meios de comunicação fornecem? E como tal imagem é associada às exigências das rotinas de produção de notícias dentro das organizações jornalísticas?

Vizeu (2002), em sua tese de doutorado, frisa que a mensagem (ou notícia) é um produto socialmente produzido. Dessa forma, as pesquisas precisam ser concentradas no processo de produção da informação, já que são condicionadas historicamente, por meio das rotinas das organizações.

O referido autor também afirma que as pesquisas do *newsmaking* “procuram descrever o trabalho comunicativo dos emissores como um processo no qual acontece de tudo – rotinas cansativas, distorções intrínsecas e estereótipos funcionais” (VIZEU, 2002, p. 77).

Cardoso (2008), por sua vez, também salienta, acerca da teoria do *newsmaking*, que ela “(...) supre uma lacuna aberta pela hipótese do *agenda-setting*, completando-se” (CARDOSO, 2008, p. 9). Ainda, conforme a autora, a teoria reúne conhecimentos obtidos por meio das pesquisas sobre os emissores, lógica de produção da notícia e efeitos no longo prazo.

Já Wolf (1999) classifica o *newsmaking* como teoria articulada entre a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos, principalmente em relação às conexões e relações existentes. O autor explica que, embora o objetivo das empresas jornalísticas seja o de noticiar os acontecimentos mais importantes e relevantes para a vida social, isso não é uma tarefa tão simples.

Para o autor, o mundo da vida cotidiana é abundante em acontecimentos e o fato de cada um pretender ser único dificulta a seleção que os profissionais devem fazer. Vizeu (2002) complementa que, por causa disso, as empresas jornalísticas tentam organizar o tempo e o espaço por meio de uma rede cujo objetivo é “capturar” os acontecimentos. O objetivo dessa rede é pôr ordem no mundo social.

Segundo o Vizeu (2002), as empresas utilizam três estratégias para isso:

A primeira é a territorialidade geográfica. O mundo é dividido em áreas de responsabilidade territorial. A segunda é a especialização organizacional. As empresas colocam repórteres em certas organizações que, do ponto de vista jornalístico, produzem acontecimentos noticiáveis. (...) Uma terceira estratégia usada pelas empresas jornalísticas é a especialização em termos de

temas: são as secções específicas dos jornais, como: economia, esportes, etc. (VIZEU, 2002, p. 81).

Além disso, a produção das informações fica situada entre a cultura profissional e a organização do trabalho (e suas restrições). Wolf (1999) conceitua cultura profissional como um emaranhado de códigos, estereótipos, representações de papéis, rituais e convenções que estão ligadas às funções do jornalista, assim como às dos meios de comunicação de massa. Ou seja, uma série de práticas tomadas como naturais no meio de trabalho do profissional.

Wolf (1999) afirma que também existem as restrições ocasionadas pela organização do trabalho e que atuam na seleção das notícias, na utilização de fontes, entre outros aspectos, contribuindo para a determinação da definição de notícia. O pesquisador explica que “estabelece-se, assim, um conjunto de critérios, de relevância que definem a noticiabilidade (*newsworthiness*) de cada acontecimento, isto é, a sua ‘aptidão’ para ser transformado em notícia” (WOLF, 1999, p. 188).

1.5 Noticiabilidade e valor-notícia

Para se tornar notícia, o acontecimento deve ter relevância social, mas não apenas isso. Mesmo muitas vezes relevante, o acontecimento passa por uma série de crivos e seleções – tais quais os portões da hipótese do *gatekeeper* – para poder, enfim, figurar entre as páginas de um jornal ou em poucos minutos preciosos da televisão. Dessa forma, Wolf (1999) e Traquina (2005) explicam o que seria noticiabilidade e valor-notícia, conceitos trabalhados quando se trata de construção da notícia.

Wolf (1999) diz que “a noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos (...) para adquirirem a existência pública de notícia” (WOLF, 1999, p. 189). Entretanto, o pesquisador salienta que esse conjunto de requisitos depende tanto do ponto de vista da estrutura do trabalho nas organizações jornalísticas quanto dos próprios jornalistas. Assim, o acontecimento que não se encaixa nos requisitos é prontamente excluído.

Wolf (1999) salienta que embora as organizações jornalísticas se esforcem para selecionar um número estável e previsível de notícias a serem veiculadas, por meio de

estratégias criteriosas, a matéria-prima (ou seja, os acontecimentos) é um “lugar” imprevisível e instável. Conclusão semelhante é dividida por Traquina (2005), que afirma que a previsibilidade no esquema geral das notícias ocorre por causa dos critérios de noticiabilidade, que, por sua vez, se traduz como valores-notícias compartilhados entre os jornalistas.

Sendo assim, enquanto a noticiabilidade serve para gerir a quantidade e o tipo de acontecimentos que deverão ser noticiados pela organização jornalística, o valor-notícia pode ser entendido como um componente de noticiabilidade, conforme frisa Wolf (1999). Para o autor, “esses valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (WOLF, 1999, p. 195).

Mesmo que haja uma espécie de critérios de valores-notícia que ajudam na hora de selecionar o acontecimento que vai ser veiculado ao público, eles trabalham de forma complementar na prática cotidiana. Além disso, Wolf (1999) destaca que os valores-notícia são “critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção; isto é, não estão presentes apenas na seleção das notícias, participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente” (WOLF, 1999, p. 195).

A essa distinção, Traquina (2005) denomina valores-notícia de seleção e de construção. Ao trabalhar com as colocações de Wolf (1999), Traquina (2005) explica que os valores-notícia de seleção dizem respeito aos utilizados “na decisão de escolher um acontecimento, como candidato à sua transformação em notícia e esquecer outro acontecimento” (TRAQUINA, 2005, p. 78) que, por sua vez, estão divididos em dois sub-grupos: critérios substantivos e contextuais. Segundo ele, os critérios substantivos se referem à avaliação imediata do acontecimento em relação ao interesse enquanto notícia. Já os critérios contextuais correspondem ao contexto de produção da notícia.

Por sua vez, os valores-notícia de construção “funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na construção do acontecimento como notícia” (TRAQUINA, 2005, p. 78). Tais pressupostos também são utilizados por Wolf (1999), que ainda acrescenta mais um critério: público, que diz respeito à imagem que os jornalistas têm dos destinatários.

Os critérios substantivos, segundo Traquina (2005), são: morte; notoriedade; proximidade; relevância; novidade; tempo; notabilidade; inesperado; conflito ou controvérsia; infração e escândalo. Já os critérios do tipo contextuais são: disponibilidade; equilíbrio; visualidade; concorrência e dia noticioso. Ainda, em relação aos valores-notícia de construção, o autor destaca os seguintes: simplificação; amplificação; relevância; personalização e dramatização.

Por que o valor-notícia é importante? Com ele (s), é possível tentar transformar o trabalho jornalístico em rotineiro. É partindo desses “adjetivos” que transformam um acontecimento em notícia que se tem início não só o trabalho do profissional, como também o próprio processo de construção da notícia.

Trata-se do senso comum das redações (VIZEU, 2002). Eles podem dar um direcionamento ao jornalista ou ainda serem responsáveis pela especialidade do meio. A mídia considerada do tipo sensacionalista, por exemplo, tem preferência por acontecimentos espetaculosos ou escandalosos.

1.6 Afinal, o que é acontecimento?

Embora já se tenha feito um esboço acerca do conceito de acontecimento, é válido retomar os estudos de Alsina (2009) a fim de aprofundar a discussão. Mesmo que todo o processo noticioso tenha início por causa de um acontecimento, ele não é alheio à realidade construída. O acontecimento depende também do sentido que o sujeito a ele dá, já que não existe leitura da realidade fora de contexto. Assim, o acontecimento ocorre por meio de elementos externos ao sujeito, que, ao observá-lo, reconhece como tal e o reconstrói.

O acontecimento é um fenômeno social e está determinado histórica e culturalmente (ALSINA, 2009). Dessa feita, entende-se que cada sociedade percebe o acontecimento – e, conseqüentemente, a notícia – de uma forma diferente, já que o que está em evidência em determinado momento em um local, pode não estar em outro ou até mesmo ser insignificante a ponto de passar despercebido.

Um exemplo ilustrativo: no final de 2015 e início de 2016, o Brasil passou por um surto do *zika* vírus, que foi associado ao crescimento no número de casos de microcefalia em bebês, especialmente nas regiões Norte e Nordeste do país. Entretanto,

sendo notícia no país desde o ano anterior, somente no primeiro trimestre de 2016 outros países do mundo passaram a tratar do fato, principalmente por causa de ocorrências nesses locais.

Outro ponto a ser frisado é que o número de acontecimentos é imprevisível. Assim, nem tudo pode ser considerado significativo, pois sobrecarregaria o indivíduo com informações em demasia. Ao longo do tempo, o conceito de acontecimento sofreu uma evolução histórica e o que pode ser considerado importante atualmente poderia não ter, necessariamente, o mesmo tratamento há 40 anos.

A evolução histórica do acontecimento, para Alsina (2009), passa por três grandes marcos: antes da imprensa de massas, de meados do século XV até meados do século XIX; durante a imprensa de massas, de meados do século XIX até meados do século XX e com a comunicação de massas, de meados do século XX até a atualidade (ALSINA, 2009).

Antes do surgimento da imprensa de massas, o privilégio de se informar pertencia às classes dominantes que, por sua vez, eram formadas por nobres, clero e comerciantes. Além disso, o analfabetismo predominava na sociedade, fazendo com que a informação para a população em geral se desse por meio da oralidade, muitas vezes chegando com certo grau de atraso – quanto mais distante dos grandes centros, mais difícil era obter informação.

Inicialmente, as informações manuscritas tinham função comercial e financeira. Com o tempo, percebeu-se que ter o conhecimento da informação era ter poder. Dessa forma, o poder político passou a tentar controlar as informações. Em meados do século XIX, conforme frisa Alsina (2009), o tipo de acontecimento se define: pela importância das pessoas; preponderância do acontecimento político, interesse real, acontecimentos de outros países e comentários fortes.

O segundo grande marco enumerado por Alsina (2009) foi quando a imprensa se tornou fonte de conhecimentos para a sociedade, nos fins do século XIX. O acontecimento se torna a mercadoria central da informação e, com o aumento da demanda por notícias, abre-se um campo para o surgimento de publicações com tendência a invencionices e exagero – ou seja, o chamado jornalismo sensacionalista, que será explicado mais adiante em capítulo específico para a temática.

Nesse momento, não somente a importância social de um personagem era suficiente para chamar a atenção da mídia, mas qualquer pessoa pode se tornar importante graças à atenção midiática. É a outorga de *status*, segundo Alsina (2009). Ou seja, o que mais importa é o fato. Também surge o rádio, sendo considerado outro marco informativo. Aí, forma-se a ideia de onipotência da mídia.

Chega-se à atualidade, na qual a sociedade é considerada do tipo midiática e cujo lema pode ser descrito como “que faz acontecer”. A quantidade e o tipo de acontecimentos cresceram exponencialmente e aquele que tiver a mensagem mais importante tem mais chances de passar pelas “cancelas” da seleção. Alsina (2009) ressalta que o acontecimento, na atualidade, transformou-se em espetáculo.

Embora o acontecimento esteja mais democrático, a espetaculosidade também aumentou, chegando a se impor diante dos acontecimentos. Ainda, em relação à história, por conta da rapidez com a qual se tem acesso aos acontecimentos, o indivíduo se sente mais próximo dela, como se estivesse participando do que é visível aos olhos da mídia e que, por sua vez, será documentado. Isso também faz com que o acontecimento se torne de consumo repetitivo.

A sensação, afinal, é de que o público participa do acontecimento, de maneira afetiva. Entretanto, trata-se de uma participação alienada, no sentido de ser alheia ao indivíduo. Como frisa o autor, a representação é a realidade do sistema da mídia (ALSINA, 2009).

Jornalisticamente, o acontecimento pode ser considerado como toda variação do ecossistema que é comunicada e que pode fazer com que os sujeitos se sintam implicados (ALSINA, 2009). Disso, podem-se extrair três premissas tomadas como essenciais para o acontecimento: variação do ecossistema, ou seja, provocar algum tipo de mudança, comunicabilidade do fato e implicação dos sujeitos.

Vizeu (2011), por sua vez, não distingue fatos de acontecimentos. O pesquisador afirma que compreende a expressão acontecimento como uma maneira solene de tratar os fatos jornalísticos e, portanto, adota o conceito de mundo de referência, que será tratado no próximo ponto.

1.7 A notícia e o mundo possível

A definição de acontecimento pode ser considerada relativamente fácil de apreender e explicar. Entretanto, o mesmo não ocorre com a noção de notícia. Conforme frisa Alsina (2009), é preciso levar em consideração que não existe um conceito universal que explique a notícia, mas que ela é um produto de uma sociedade concreta. Além disso, o autor reconhece que não há como uma sentença sozinha abarcar a definição de notícia.

Diversos autores tentam explicar o que as notícias são, mas trata-se de um termo que gera bastante controvérsia no meio acadêmico. Genro Filho (1987), por exemplo, diz que a notícia seria a unidade básica de informação no jornalismo (GENRO FILHO, 1987). Assim, o autor considera que os fatos jornalísticos são os objetos das notícias, salientando que o jornalismo tem maneiras próprias de perceber e, conseqüentemente, produzir os fatos.

Ou seja, “sabemos que os fatos não existem previamente como tais. Existe um fluxo objetivo na realidade, de onde os fatos são recortados e construídos obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas” (GENRO FILHO, 1987, p. 183-202). Vizeu (2011) destaca que o estudo do jornalismo pela academia ocorre há bastante tempo.

O autor cita uma tese de doutoramento que foi apresentada na Universidade de Chicago, nos Estados Unidos, por volta de 1940, que tratava do papel social do jornal, mas frisa que já em 1918 o sociólogo alemão Max Weber discorreu sobre as notícias em um trabalho acadêmico. Em 1922, Robert Park tratou da natureza das notícias, considerando que elas teriam por objetivo a construção da coesão social.

Assim, as notícias fazem com que as pessoas conheçam o que ocorre ao redor, possam tomar atitudes e construir uma identidade comum. Para Vizeu (2011), “o trabalho que os profissionais realizam nas suas práticas sociais diárias resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias” (VIZEU, 2011, p. 14).

Já Traquina (2009) recorda que há qualidades em relação à notícia que perpassam pelo tempo, tais como o insólito, o extraordinário, a morte, a guerra, a violência, a celebridade, o catastrófico. Para o autor, “as definições do que é notícia estão inseridas historicamente” (TRAQUINA, 2009, p. 95). Dessa maneira, por

prescindir de um mundo “normal” como referência, o jornalismo acaba trabalhando com a ruptura dessa normalidade.

Conforme diz Traquina (2009), as notícias não falam sobre a vida, mas dos momentos peculiares que perpassam essas vidas, quando o “feitiço da realidade” é quebrado por alguma ocorrência. Ainda em relação à pergunta o que é notícia?, o autor diz que “a resposta dos membros da tribo jornalística não é científica, aparece como instintiva, e permanece quase como uma lógica não explicitada” (TRAQUINA, 2009, p. 96).

A notícia enquanto espelho da realidade corresponde à noção tradicional que se tem do termo e, frequentemente, ela está atrelada à ideia de objetividade na atividade jornalística. Por sua vez, a segunda definição diz respeito ao trabalho de produção jornalística em si e as organizações dos meios enquanto formas de construir a notícia.

Sem se filiar a nenhuma das duas correntes de definição, Alsina (2009) traz o conceito de notícia como um mundo possível: “A definição que proponho é a seguinte: a notícia é uma representação social da realidade quotidiana, produzida institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível” (ALSINA, 2009, p. 299).

Em relação à representação social, o autor explica que ela pode ser compreendida como processos cognitivos e emotivos que geram sentido, realidades simbólicas e dinâmicas, além de tentarem organizar a realidade (ALSINA, 2009). Quanto ao aspecto da produção institucional, o autor lembra que a empresa jornalística é uma instituição para a sociedade e que o próprio jornalista cumpre um papel institucional dentro da sociedade, já legitimado.

Ao esmiuçar a questão da construção do mundo possível, Alsina (2009) diz que se pode pensar na figura do jornalista enquanto leitor privilegiado, que tem acesso aos acontecimentos e, a partir deles, constrói mundos possíveis que depois serão repassados ao público. Na construção da notícia (ou do mundo possível) estão três mundos relacionados entre si: mundo “real”, de referência e possível.

O mundo real seria, na concepção do autor, a fonte na qual os acontecimentos são gerados e que, portanto, será utilizado para se transformar em notícia. Ou seja, corresponde ao mundo dos acontecimentos. Por sua vez, o mundo de referência seria o interpretativo, responsável por permitir a construção do mundo possível. Assim, o

mundo de referência é aquele que tem uma proposta de interpretação ou modelo para os fatos trazidos pelos acontecimentos.

Por fim, o autor diz que o mundo possível é

(...) aquele mundo que o jornalista construirá levando em conta o mundo “real” e um mundo de referência escolhido. Em resumo, o jornalista não pode estabelecer qualquer mundo possível, mas precisa levar em conta os fatos que ele conhece sobre o assunto que pretende relatar, e as características do mundo de referência a que os fatos remetem (ALSINA, 2009, p. 308).

Para Vizeu (2011), os três conceitos representam a base contextual na qual é possível compreender o jornalismo como forma de conhecimento. O pesquisador frisa que se vive num mundo fragmentado e complexo, cuja necessidade por tradução é fundamental.

O trabalho do profissional já começa ao tentar reduzir tamanha complexidade – que inclui demasia de informações, velocidade do crescimento populacional, da migração e das cidades, além da economia de mercado – por meio da seleção dos acontecimentos, da escolha das fontes, da apuração e, por fim, da construção do mundo possível ou da notícia. É uma atividade própria para informar, esclarecer e explicar um mundo que nem mesmo os jornalistas, que têm acesso aos acontecimentos, conhecem tudo – ou podem reportar tudo o que sabem.

1.8 A rotina produtiva jornalística

O jornalista, para desenvolver a sua prática profissional, precisa desenvolver aptidões e utilizar métodos investigativos para se aproximar dos acontecimentos, estabelecer recortes e enquadramentos ou angulações da realidade, conforme explica Vizeu (2011). A elaboração da notícia depende, dentre outros fatores, de apuração, edição e apresentação. O autor alerta que o método jornalístico deve ser trabalhado com rigor.

Wolf (1999) diz que as principais fases da produção da informação cotidiana podem ser divididas em recolha, seleção e apresentação. O autor frisa que o elemento fundamental dessa rotina de produção é a escassez de tempo e de meios (WOLF, 1999)

e que por isso a criação de uma rotina, que tente organizar o trabalho jornalístico, se faz importante.

O autor explica que a ideia comum que se tem de jornalista, enquanto profissional que vive no mundo “além do escritório”, caçando notícias, não condiz com a prática. De fato, o jornalista, especialmente o que trabalha em rádio e televisão, fica limitado na hora de recolher as informações, sendo bastante dependente de agências de notícias e releases governamentais. Essa prática também é comum no jornalismo do tipo impresso, embora com um pouco mais de independência em comparação aos demais meios.

Nesse momento de recolha, que é bastante definido pelos valores-notícia e critérios de noticiabilidade, também ocorrem simultaneamente às outras fases da rotina produtiva jornalística. Conforme diz Wolf, “a recolha se verifica, sobretudo, através de fontes estáveis que tendem a fornecer material informativo já facilmente inserível nos procedimentos produtivos normais da redação” (WOLF, 1999, p. 218-219).

Ainda, em relação à fase de recolha das informações, Wolf (1999) cita duas características: a preocupação em ter notícias importantes e a necessidade de ter um fluxo constante e seguro de notícias, a fim de que o mesmo produto possa ser produzido diariamente.

Um importante passo do método jornalístico é a apuração dos acontecimentos, ou seja, descobrir, por meio das fontes, o que aconteceu. Sobre isso, Alsina (2009) afirma que se trata de um elo básico entre o acontecimento-fonte-notícia. O autor explica que a relação entre as fontes de informação e o profissionalismo jornalístico deve ser descrita de maneira ambivalente. Ou seja, “é uma relação entre um sistema (a empresa jornalística) e o ambiente (a realidade dos acontecimentos)” (ALSINA, 2009, p. 165).

Neste sentido, a fonte pode ser encarada como recurso no qual o jornalista recorre quando necessita contextualizar o acontecimento-notícia, tendo um vínculo interativo entre ambos (ALSINA, 2009). Wolf (1999) frisa que as fontes são diferentes e têm diversos graus de relevância, a depender do acesso e do tipo de informação que se deseja. As agências de notícia, dessa forma, não podem ser consideradas fontes propriamente ditas, já que as informações repassadas são em formato pré-fabricado.

Segundo Alsina (2009), existem três relações entre jornalistas e fontes. São elas: independência ou distanciamento entre fonte e jornalista; cooperação entre fonte e jornalista; e fonte que praticamente faz a notícia, como é o caso das comunicações oficiais.

Wolf (1999) enumera os seguintes fatores da relação entre jornalista e fonte: oportunidade antecipadamente revelada, ou seja, fontes regulares e que já foram responsáveis por bons materiais anteriormente; produtividade, que explica a prevalência das fontes oficiais, que fornecem mais dados para uma notícia; credibilidade; garantia; e respeitabilidade.

A fase de seleção das notícias corresponde a um processo semelhante ao estudado pela teoria do *gatekeeper*, ou seja, há um controle do que vai ser divulgado, num procedimento que pode ser comparado ao de um funil, devido à filtragem das notícias.

Entretanto, conforme salienta Wolf (1999), a seleção do material já ocorre desde o começo da rotina de produção. Para o autor, além de ser uma forma de organizar racionalmente o trabalho, mostra que a seleção não pode ser encarada de maneira subjetiva, mas complexa e que envolve diversos fatores.

Alsina (2009) detalha que não somente os materiais produzidos pelos repórteres da empresa jornalística são selecionados, mas também os que são enviados por agências de notícias. Dessa feita, também se faz importante frisar que ocorre a hierarquização do que foi selecionado, por conta do espaço e do tempo do meio, da relevância, entre outros aspectos.

A isso, Alsina (2009) também acrescenta um grau de seleção chamado tematização. Dentre os assuntos selecionados, um é escolhido para concentrar a atenção do público, tal qual preconiza a teoria do agendamento. Por último, a terceira fase da rotina produtiva da informação é a edição e apresentação da notícia. Wolf (1999) diz que

A fase de preparação e apresentação dos acontecimentos dentro do formato e da duração dos noticiários consiste, precisamente, em anular os efeitos das limitações provocadas pela organização produtiva, para “restituir” à informação o seu aspecto de espelho do que acontece na realidade exterior, independentemente do órgão informativo (WOLF, 1999, p. 244).

Ou seja, enquanto as fases anteriores descontextualizam os acontecimentos, graças às exigências da organização do trabalho, na última fase acontece uma espécie de recontextualização, mas não no sentido histórico, cultural ou social. Isso acontece dentro do formato do produto informativo.

Assim, segundo o autor, o parâmetro de contextualização é rígido por causa do formato e representa o contexto no qual a relevância e o significado das notícias são captados (WOLF, 1999). Ainda, o autor frisa que a apresentação das notícias tem a expectativa do público levada em consideração.

2 ISENÇÃO, UM DELÍRIO: O SENSACIONALISMO NO JORNALISMO

A exacerbação de emoções, a exploração do mórbido e do grotesco por meio das imagens e a linguagem que quase ultrapassa o limite do coloquial. Estas são algumas das características da prática sensacionalista no jornalismo, seja ele impresso, radiofônico ou televisivo. A ideia de que o público deseja mais lazer em detrimento do informativo é um dos elementos que impulsiona o sensacionalismo.

Neste segundo capítulo, fez-se uma breve explanação acerca do conceito de sensacionalismo, passando pela história desse tipo de imprensa, e também abordando conceitos explicitamente relacionados ao jornalismo de sensações: *fait divers*, espetáculo e critérios de noticiabilidade no sensacionalismo.

Ainda, foi feita uma discussão acerca da objetividade enquanto ideal inatingível pelos jornalistas e o jornalismo popular, que seria um contraponto ao sensacionalismo praticado atualmente na imprensa. No entanto, antes de adentrar nestes conceitos, é importante compreender o que são gêneros jornalísticos, sendo o primeiro tópico de discussão deste capítulo.

2.1 Gêneros jornalísticos: uma breve noção

Os primeiros estudos em torno da noção de gênero literário surgiram na Grécia Antiga, conforme aponta Seixas (2009), quando Platão dividiu a poesia em mimética ou dramática, mista ou épica e não mimética ou lírica. Embora ele tenha sido o primeiro a sistematizar os gêneros, foi somente com Aristóteles que a noção de gênero foi estudada com mais afinco.

A reflexão que ele desenvolveu no livro I da Arte Retórica, segundo explica a autora, foi referência para as teorias genéricas da literatura. De acordo com o pesquisador Ferreira (2012), Aristóteles deu bastante importância ao papel do ouvinte ao sistematizar os gêneros discursivos.

O autor aponta que a classificação do filósofo se deu em gênero deliberativo (focado em conselhos dados por integrantes das assembleias para assuntos futuros),

judiciário (juízes que acusam ou defendem atos do passado) e demonstrativo (espectador faz elogios ou censuras a atos do presente).

Ferreira (2012) explica que na Idade Média outros gêneros foram criados, a exemplo de gêneros teatrais e romance (sendo inaugurado pelo romance Dom Quixote de la Mancha, escrito pelo espanhol Miguel de Cervantes y Saavedra). Por sua vez, Costa (2010) frisa que foi Mikhail Bakhtin¹ o responsável pelo fortalecimento dos estudos de gênero do discurso, graças à teoria translinguística.

Desde a década de 1970, conforme Seixas (2009), Bakhtin se tornou um referencial teórico não só para este campo, mas também para o dos gêneros jornalísticos, entendendo que eles seriam tipos relativamente estáveis de expressões linguísticas ou enunciados.

Para Seixas (2009), esse conceito “põe, pela primeira vez, o foco na situação social de interação, ou seja, em condições extralinguísticas como finalidade discursiva, ‘autor’ e destinatário” (SEIXAS, 2009, p. 44). Por isso, conforme diz a autora, Bakhtin tornou-se um autor muito utilizado pelos estudiosos de comunicação brasileiros.

Especificamente no campo do jornalismo, o estudo dos gêneros surgiu por volta dos anos 1950 na Europa quando, de acordo com Costa (2010), o professor José Luiz Martínez Albertos, da Universidade de Navarra, lecionou disciplinas voltadas ao tema. Embora a tradição espanhola seja considerada forte no meio acadêmico, outros estudiosos afirmam que quem primeiro obteve reconhecimento internacional com os estudos de gênero no jornalismo foi o francês Jacques Kayser.

No Brasil, foi a partir da década de 1960, conforme explica Costa (2010), que os gêneros jornalísticos passaram a ser estudados. O pesquisador Luiz Beltrão, autor dos livros *Imprensa Informativa* (1969), *Jornalismo Interpretativo* (1976) e *Jornalismo Opinativo* (1980), é considerado um dos precursores do campo no país. Em 1985, o pesquisador José Marques de Melo lança o livro *Jornalismo Opinativo*, resultado da tese de livre docência. Marques de Melo é discípulo e admirador de Beltrão.

Conforme Ferreira (2012), o professor Marques de Melo considera que gêneros jornalísticos são uma articulação (em termos de processo) entre os acontecimentos, o relato jornalístico e a leitura que a coletividade apreende. Assim, ele vincula tal

¹ Mikhail Mikhailovich Bakhtin foi um filósofo e teórico russo cujos estudos influenciaram teorias como o marxismo, semiótica e estruturalismo. Ele era adepto do formalismo russo, escola de crítica literária que tinha como objetivo estudar a linguagem poética e literária de maneira autônoma.

articulação não somente aos que é específico de cada região, mas também considera as contribuições externas de outros países e culturas.

Outro pesquisador influente no Brasil é Manuel Chaparro (2008), que baseia seus trabalhos em teóricos tais como Todorov e Teun Van Dijk e considera que os gêneros jornalísticos são “entendidos como formas discursivas pragmáticas” (2008, p. 110).

2.2 Classificações dos gêneros jornalísticos

Costa (2010, p. 2-3), que foi orientado por José Marques de Melo durante a sua dissertação de mestrado, formulou uma comparação para fins didáticos da classificação dos gêneros no Brasil sob a ótica dos principais autores do campo. Abaixo, o quadro pode ser visualizado:

QUADRO 1 - CLASSIFICAÇÕES BRASILEIRAS A PARTIR DE BELTRÃO (1980), CHAPARRO (1998) E MELO (2003):

Luiz Beltrão	José Marques de Melo	Manuel Chaparro
1. Jornalismo Informativo	1. Jornalismo Informativo	1. Comentário
- notícia	- nota	1.1 espécies argumentativas
- reportagem	- notícia	- artigo
- história de interesse humano	- reportagem	- crônica
- informação pela imagem	- entrevista	- cartas
2. Jornalismo Interpretativo	2. Jornalismo Opinativo	1.2 espécies gráfico-artísticas
- reportagem em profundidade	- editorial	- caricatura
3. Jornalismo Opinativo	- comentário	- charge
- editorial	- artigo	2. Relato
- artigo	- resenha	
- crônica	- coluna	2.1 espécies narrativas
- opinião ilustrada	- crônica	- reportagem
	- caricatura	

- opinião do leitor	- carta	-notícia -entrevista -coluna 2.2 espécies práticas - roteiros - indicadores - agendamentos - previsão de tempo - cartas-consulta - orientações úteis
---------------------	---------	---

Fonte: COSTA (2010, p. 2-3)

No estudo *Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do Jornal Folha de São Paulo e da Revista Veja*, o professor Marques de Melo (1997) analisa as classificações dos gêneros jornalísticas propostas por Luiz Beltrão. Explica que Beltrão adotou o critério funcional em relação à classificação, obedecendo ao senso comum das redações profissionais. Por sua vez, o autor propõe uma divisão que englobe os gêneros quanto à intencionalidade determinante dos relatos, aliada à práxis jornalística, e a estrutura dos relatos (MARQUES DE MELO, 1997, p. 11).

Ainda, identifica as vertentes da “reprodução do real” (Informação) e “leitura do real” (Opinião). Para Medina (1978), a maioria das tentativas de classificações de gêneros jornalísticos existentes no Brasil parte do que está impresso nas páginas dos periódicos. A autora retoma o pensamento de diversos pesquisadores – nacionais e internacionais –, porém centra as classificações na tríade Jornalismo Informativo, Interpretativo e Opinativo. No entanto, a autora renomeia os termos em Informação, Informação Ampliada e Opinião Expressa.

Interessada muito mais na mensuração qualitativa do que quantitativa, Medina explica que “as notícias predominam no dia-a-dia carregadas da dupla função de informar/distrain. Procuram atingir o nível massa de leitores, daí a ênfase em informações sonho/realidade” (MEDINA, 1978, p. 83). Ou seja, matérias que tratam de

celebridades, crimes, lazer e perfis de interesse humano seriam, segundo a autora, as que mais ganham destaque nos jornais diários.

Ainda, as mensagens de opinião e notícias de cunho local são as que ganham atenção dos grupos econômicos e políticos para que assim sejam percebidas rapidamente. No entanto, Chaparro (2008) alerta para o fato de os autores, até então, pouco considerarem a vertente utilitária do jornalismo, principalmente por tratarem a questão dos “serviços” como tendência ou curiosidade.

Para Chaparro (2008), a aparição expressiva dos chamados “serviços” nos jornais brasileiros prova que são uma manifestação discursiva. Ou seja,

São formas adequadas de mediação para solicitações concretas da vida urbana, nos planos do negócio, da cultura, do consumo, do lazer, do acesso a bens e serviços, na ordenação de preferências e movimentos, nas estratégias e táticas da sobrevivência. As espécies utilitárias deixaram de ser manifestações secundárias no relato da atualidade. (CHAPARRO, 2008, p. 167).

O pesquisador português Sousa (2001) explica que, de modo geral, os principais gêneros jornalísticos se dividem em notícia, entrevista, reportagem, crônica, editorial e artigo, sendo que não existem barreiras rígidas que separam tais gêneros. Dessa forma, um mesmo relato pode conter várias características que o classificam como mais de um gênero.

Quem concorda com o pesquisador é Chaparro (2008), que esclareceu que fatores como criatividade jornalística, razões de mercado e novas possibilidades linguísticas criadas por meio das novas tecnologias provam que os gêneros jornalísticos não estão condicionados às classificações acadêmicas. Para o autor, inclusive, não há como dividir os gêneros jornalísticos em informativos e opinativos já que o jornalismo se constrói com informações e opiniões. Dessa forma, explica que

A apuração e a depuração, indispensáveis ao bom Relato, são intervenções valorativas, intencionadas por pressupostos, juízos, interesses e pontos de vista estabelecidos. Como noticiar ou deixar de noticiar algum fato sem o componente opinativo? Por outro lado, o Comentário – explicativo ou crítico – será ineficaz se não partir de fatos e dados confiáveis, rigorosamente apurados. Não existem, pois, espaços exclusivos ou excludentes para a Opinião e a Informação (...) (CHAPARRO, 2008, p. 148).

Já para Sousa (2001), “os gêneros jornalísticos correspondem a determinados modelos de interpretação e apropriação da realidade através de linguagens” (SOUSA, 2001, p. 231), sendo que a linguagem verbal escrita é a mais utilizada no jornalismo impresso. As notícias, segundo o autor, não existem sozinhas, mas são construções decorrentes de uma forma de interpretação da realidade. Por isso, argumenta que os gêneros jornalísticos existem em contextos sócio-histórico-culturais determinados.

Seixas (2009) também questionou a forma como os gêneros jornalísticos são classificados e abordados no país. Para a autora, são três as principais finalidades da instituição jornalística na atualidade: mediação, informação e opinião. Entretanto, frisa que tais finalidades institucionais não necessariamente coincidem com as das composições discursivas. Seixas (2009) parte do seguinte pressuposto metodológico: a partir da relação entre linguagem e realidade, chega-se à finalidade (ou objetivo) da composição discursiva (reportagem, por exemplo).

A autora aborda a questão das lógicas enunciativas² na formação discursiva jornalística (FDJ) da grande imprensa. Explica que

Ao analisarmos como se realizam os objetos de realidade, segundo as regularidades da formação discursiva, estamos focando na lógica dos modos discursivos. Se o objetivo é sugerir critérios para a definição de gêneros discursivos do jornalismo de atualidade, noção transmidiática, então é preciso partir dos elementos do processo comunicativo destas composições discursivas para se chegar àquela que seria a sua função ou finalidade socialmente reconhecida. (SEIXAS, 2009, p. 180)

Por objetos de realidade, a autora compreende que são os fatos e acontecimentos, ou seja, a matéria-prima do jornalismo. Seixas (2009) argumenta que são variadas as matérias-primas do jornalismo justamente porque a realidade é feita dos mais variados objetos. Isso inclui desde o que se pode verificar por meio de observação até os que não podem ser verificados, passando pelas intenções de declarações e objetos abstratos.

Em relação à noção de um jornalismo transmidiático, a autora explica que os autores que comumente abordam o tema dos gêneros jornalísticos dividem também as mídias nas quais eles se apresentam (impresso, rádio, televisão, etc). Dessa forma, pretende formar uma classificação que abarque as mais diversas mídias – por isso

² Entendida como dialética entre evento e significação.

transmidiática. Para Seixas (2009), a relação entre os objetos de realidade, tópicos jornalísticos e compromissos do ato de linguagem formam as lógicas enunciativas do discurso das instituições jornalísticas.

Quanto aos tópicos jornalísticos, Seixas explica que “são parte do saber social compartilhado, saber prévio que entra em cena para dar a medida da realidade do discurso jornalístico” (SEIXAS, 2009, p. 187). Ou seja, é um reconhecimento compartilhado entre o público que parte dos objetos, regras, modos enunciativos, entre outros.

O conceito de compromissos dos atos de linguagem, trazido pela autora, corresponde àqueles efetivamente realizados no ato de enunciação. Segundo Seixas (2009), “os compromissos condicionam os objetos de realidade configurados no discurso e são condicionados por eles, enquanto os tópicos atuam no nível de acordo existente na relação entre estes elementos” (SEIXAS, 2009, p. 188).

Dessa forma, a autora afirma que “os compromissos indicam as responsabilidades e competências de enunciadores e locutores diante dos objetos de realidade” (SEIXAS, 2009, p. 189), ou seja, demonstram, ao mesmo tempo, o comprometimento do órgão jornalístico e o reconhecimento social da mensagem passada.

2.3 O mito da objetividade

Uma temática exaustivamente abordada por diferentes teóricos é o da objetividade no jornalismo. Para muitos, um mito. Outros consideram um propósito de difícil alcance. Lage (2004) explica que com o fortalecimento do sensacionalismo nos Estados Unidos, graças aos esforços de Hearst e Pulitzer, outros profissionais americanos tentaram superá-lo tentando dar rigor ao material produzido.

Dessa forma, conforme diz o autor, “foram buscar no espírito científico o respeito pelos fatos empíricos e o cuidado de não avançar além daquilo que os fatos indicam” (LAGE, 2004, p. 15). Traquina (2005) afirma que um desses profissionais preocupados com a busca pelo método científico no jornalismo foi Walter Lippman, que defendia uma imprensa mais profissional.

Alsina (2009) frisa que por volta dos anos de 1960 o conceito de objetividade jornalística começou a ser criticado, mas que apesar disso, ainda permanece como “um dos elementos-chave para compreender a ideologia que o modelo liberal da imprensa mantém” (ALSINA, 2009, p. 238).

Com o surgimento do movimento do “novo jornalismo”, a subjetividade ganhou vez na hora de redigir materiais jornalísticos. Além disso, o interesse pelos pequenos fatos, em detrimento dos grandes acontecimentos, assim como do cotidiano, cresce exponencialmente neste período – que ainda hoje é referência para diversos jornalistas em todo o mundo. O movimento significou a crise na distinção entre ficção e realidade.

Alsina (2009) dedicou um capítulo inteiro da obra *A construção da notícia* somente para abordar a objetividade. Para o autor, trata-se de um bem que pode ser atingido, ou seja, uma aspiração, mas que apresenta uma série de dificuldades para o acesso. Ele argumenta que “não só o conceito de objetividade sofre uma variação temporal (nas diversas épocas), mas também espacial (nos distintos países)” (ALSINA, 2009, p. 241).

Entre as críticas feitas ao conceito, o estudioso destaca que a culpa da falta de objetividade não seria dos jornalistas ou dos meios de comunicações, mas que existem várias razões para tal. Acerca disso, lista três motivos pelos quais é difícil atingir a objetividade no jornalismo: o acontecimento excepcional, a fragmentação, que potencializa a pluralidade de posicionamentos e o efeito de verdade gerado pela mídia é muito forte (ALSINA, 2009, p. 239).

Ainda, Alsina (2009) frisa que embora a profissão jornalística exija uma mediação estritamente objetiva da realidade, o ambiente de trabalho – incluindo a relação com os colegas – acabam criando uma “realidade artificial e isolada”. Ao citar Tuchman (1980), o autor afirma que três fatores condicionam o conceito de objetividade que o profissional possui: “a forma da notícia, as relações no interior da organização e os conteúdos das notícias” (ALSINA, 2009, p. 249).

Traquina (2005), que também empregou Tuchman (1980) para conceituar a objetividade no jornalismo, explica que o termo envolve os procedimentos de rotina – que protegem os profissionais de possíveis críticas – e, portanto, é utilizada como forma de defesa. Por isso, lembra que uso da objetividade é como um ritual estratégico.

Ou seja, “o termo ‘estratégico’ denota a tática ofensiva de prevenir o ataque ou a desviar, do ponto de vista defensivo, as críticas” (TRAQUINA, 2005, p. 139). Para o autor, a ideologia da objetividade acabou substituindo, nos jornalistas, uma fé nos fatos por uma fidelidade às regras e procedimentos da profissão.

Genro Filho (1987) também abordou o que chama de ideologia da objetividade, frisando que muitos autores não se aprofundam na questão e consideram apenas os aspectos sociológicos e psicológicos do conceito, concentrando as críticas na questão da opinião. Para o autor, a maioria dos teóricos compreende que a objetividade plena é impossível por causa do subjetivismo do ser humano, “ao invés de perceber essa impossibilidade como um sinal da potência subjetiva do homem diante da objetividade” (GENRO FILHO, 1987, p. 183-202).

Traquina (2005) argumenta que a objetividade é útil ao jornalista, pois acaba definindo uma metodologia a ser seguida. Ao utilizar técnicas como as do *lead*³ e aspas para identificar a opinião do entrevistado, o jornalista se vale do uso de procedimentos que “garantem”, pelo menos, tecnicamente, a objetividade para realizar o trabalho até a “hora do fechamento”⁴. Por fim, Alsina (2009) explica que “o discurso sobre a objetividade concentra-se nos fatos, sem levar em conta que os fatos precisam ser interpretados” (ALSINA, 2009, p. 257).

2.4 Sensacionalismo

Um jornalismo voltado para o público com menor poder aquisitivo cujo objetivo é o de exacerbar sensações e emoções em torno de fatos que, por si só, já causam comoção. Comumente, o surgimento desse tipo de publicação é atribuído aos editores norte-americanos Joseph Pulitzer e William Randolph Hearst, no final do século XIX, quando os escritos eram feitos “com base no relato de crimes chocantes, escândalos, emoções fortes e na veneração de celebridades” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p. 38).

³ O *lead* ou *lide* corresponde ao primeiro parágrafo de uma notícia cujo objetivo é resumir as principais informações do texto ao responder às perguntas *O quê? Quem? Quando? Onde? Como?* e *Por quê?*

⁴ Também conhecido como *deadline* ou linha da morte, corresponde ao horário limite que os jornalistas têm para finalizar o material a ser exibido (no caso da TV) ou impresso (no caso de jornais e revistas).

No entanto, tais características podem ser encontradas já no século XVIII. Kovach e Rosenstiel (2004) afirmam que os primeiros jornais ingleses de 1609 “começaram a recolher nos botequins as informações sobre transportes marítimos, mexericos e debates políticos e a imprimi-los em papel” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p.20). Angrimani (1995), no livro *Espreme que sai sangue*, vai ainda mais longe e afirma que na França, entre os anos de 1560 e 1631, os primeiros jornais que surgiram (*Nouvelles Ordinaires* e *Gazette de France*) já apresentavam características sensacionalistas, com notícias tidas como emocionantes e que agradavam o público.

O autor lembra ainda que “antes mesmo destes dois jornais, já haviam surgido brochuras, que eram chamadas de ‘occasionnels’” (ANGRIMANI, 1995, p. 19), que focavam em histórias exageradas, muitas vezes falsas ou imprecisas. Por volta do século XIX, publicações conhecidas como *canards*, que eram apenas uma página com título, ilustração e texto, ficaram muito famosas na França, especialmente as que traziam os chamados *fait divers*⁵ criminais, a exemplo de cadáveres cortados em pedaços, crianças martirizadas, grandes catástrofes, entre outros.

Já nos Estados Unidos, país onde o sensacionalismo se fortaleceu, o primeiro periódico desta linha foi o *Publick Occurrences*, criado em 1690 pelo gráfico inglês Benjamin Harris. Conforme diz Angrimani (1995), foi no final do século XIX que surgiram os dois jornais sensacionalistas cujas características ainda hoje são usadas: o *New York World*, editado por Joseph Pulitzer, e o *Mourning Journal*, criado por William Hearst. O autor explica que Pulitzer inovou ao publicar um jornal em cores e criar elementos gráficos, tais como os “olhos”⁶.

Dessa forma, ele foi o primeiro “a descobrir o filão que representavam reportagens em tom sensacional, cruzadas com apelo popular, amplas ilustrações e manchetes de igual tom sensacional” (ANGRIMANI, 1995, p. 20). Por sua vez, o *Mourning Journal* foi concorrente direto da publicação de Pulitzer e ambos utilizavam do sensacionalismo como arma para conquistar mais leitores. O sucesso se traduziu em números: segundo explica Angrimani, antes dos anos de 1900, cada jornal vendia até um milhão de exemplares por dia.

⁵ O termo será explicado mais adiante neste mesmo capítulo

⁶ Recurso visual utilizado no meio de textos, entre colunas, que serve para destacar trechos da matéria

As publicações de cunho sensacionalista eram conhecidas como *yellow press* (ou imprensa amarela) nos Estados Unidos graças a um personagem de um quadrinho do *New York World* que usava uma camisola amarela. No Brasil, esse tipo de publicação é chamada de “imprensa marrom”, que, conforme explica Amaral (2006), pode ser atribuída à expressão francesa *impremeur marron*, usada para identificar os impressores ilegais da Europa do século XIX, mas também à relação entre o marrom e a “cor de merda”, explicação dada pelo jornalista Alberto Dines.

No país, “os primeiros elementos de sensacionalismo introduzidos na imprensa foram os folhetins, a partir de 1840” (AMARAL, 2006, p. 19). A autora também explica que em 1969 uma série de palestras ocorridas na Semana de Estudos da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP) tratou do sensacionalismo no Brasil e, segundo sistematização realizada no período, “o termo começou a ter repercussão nos artigos de Brito Broca, autor de *A vida literária no Brasil – 1900*, livro sobre as inovações da imprensa brasileira e do escritor Afonso Lima Barreto” (AMARAL, 2006, p. 20).

Dentre famosas publicações de cunho sensacionalista no país, destacam-se, de acordo com Amaral (2006, p. 24): *Folha da Noite* (São Paulo, 1921-1960), *O Dia* (Rio de Janeiro, 1951 até hoje), *Luta Democrática* (Rio de Janeiro, 1954-1979), *Notícias Populares* (São Paulo, 1963-2001) e o *Última Hora* (Rio de Janeiro, 1951-1964). Depois de passar por um período de desprestígio, os jornais voltados ao público de renda mais baixa estão retomando o espaço no mercado.

Atualmente, são publicações voltadas ao setor popular: *Agora São Paulo* (SP), *Extra* (RJ), *Folha de Pernambuco* (PE), *Primeira Hora* (MS), *Notícia Agora* (ES), *O Povo* (RJ), *Meia Hora* (RJ), *Expresso Popular* (SP), *Diário Gaúcho* (RS), *A Tribuna do Paraná* (PR), *Jornal da Tarde* (SP), *Diário do Litoral* (SC), *Diário de São Paulo* (SP), *Super Notícia* (MG), *Aqui!* (MG), *Aqui DF* (DF), *Já* (PB), entre outros.

A autora lembra que “o surgimento desse novo grupo de jornais não aconteceu somente no Brasil. Muitos jornais latino-americanos e europeus seguem uma nova ordem e abrem novos mercados de leitores, pois não competem com a imprensa tradicional” (AMARAL, 2006, p. 31). Entretanto, ainda resta esmiuçar o que significa sensacionalismo numa publicação.

Pedroso (2001), ao abordar o sensacionalismo como exploração emocional e discursiva, afirma que “o jornal sensacionalista opera como um meio de liberação de desejos reprimidos e censurados, permitindo a projeção da culpabilidade do ato, que o leitor realiza na imaginação, sobre as personagens dos acontecimentos” (PEDROSO, 2001, p. 51). Ou seja, para a autora, quando se lê uma notícia excepcional, o leitor acaba projetando e expulsando os sentimentos de medo, mal e violação de tabus que possui.

Isso acontece porque o jornalismo sensacionalista, ao explorar temas agressivos que no dia a dia são controlados pela lei e censura, acaba por contribuir para essa projeção do leitor. Por isso, explica que “o sensacionalismo, então, é a exploração desse fascínio pelo extraordinário, pelo desvio, pela aberração, pela aventura, que é suposto existir apenas na classe baixa” (PEDROSO, 2001, p. 52). É nesse distanciamento entre leitura e realidade que atua a informação mais próxima do emocional.

Marcondes Filho (1989) argumenta que o jornalismo de cunho sensacionalista se sustenta na compensação associada ao excesso de trabalho. Ou seja, o autor explica que o desgaste e extremo esforço que resultam de uma atividade produtiva profundamente exigente acabam por se tornar uma razão de ser do jornalismo sensacionalista.

Para o autor, “A luta pela sobrevivência no capitalismo é a mais violenta de todas. (...) Ao trabalhador interessa muito mais o jornal que o descanse, que o entretenha, do que o jornal que o jogue de novo contra o mundo do trabalho, da produção, da política” (MARCONDES FILHO, 1989, p. 89). Assim, a imprensa que preza pela exacerbação da emoção não se presta a informar ou formar, mas a satisfazer as necessidades instintivas do público.

Ainda, conforme Marcondes Filho (1989), a fórmula escândalo-sexo-sangue constitui como os principais temas focados pelo jornalismo sensacionalista. Dessa forma, “a moral, o tabu e a repressão sexual e, por fim, a liberação de tendências sádicas do leitor [são] o fundo sócio-psicológico desse tipo de jornalismo” (MARCONDES FILHO, 1989, p. 91).

Pedroso (2001) assim define o jornalismo sensacionalista:

Modo de produção discursiva da informação de atualidade, processado por critérios de intensificação e exagero gráfico, temático, linguístico e semântico, contendo em si valores e elementos desproporcionais, destacados, acrescentados ou subtraídos no contexto de representação e construção do real social (PEDROSO, 2001, p. 52).

Angrimani (1995) afirma que o sensacionalismo é a produção de noticiário que extrapola o real, superdimensiona o fato, é “tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). Assim, o autor explica que para “sensacionalizar” algo é preciso utilizar-se de tom escandaloso ou espalhafatoso.

Angrimani salienta que “em casos mais específicos, inexistente a relação com qualquer fato e a ‘notícia’ é elaborada como mero exercício ficcional” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). Por isso, o termo sensacionalismo é frequentemente utilizado de maneira pejorativa. De acordo com o autor, “sensacionalista é a primeira palavra que a maior parte das pessoas utiliza para condenar uma publicação. Seja qual for a restrição, o termo é o mesmo para quase todas as situações” (ANGRIMANI, 1995, p. 13).

Dessa forma, o termo acaba sendo confundido com irreverência, questionamento, mas também imprecisão, apuração não confiável, distorção, entre outros adjetivos que podem facilmente ser encontrados em publicações consideradas de referência.

Segundo Angrimani (1995),

A inadequação entre manchete e texto – ou ainda, manchete e foto; texto e foto; manchete, texto e foto – é outra característica da publicação sensacionalista, o que pode reforçar a posição de descrédito do leitor perante o veículo. Isto porque a manchete, dentro da estratégia de venda de uma publicação que adotou o gênero sensacionalista, adquire uma importância acentuada. A manchete deve provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional dos leitores (ANGRIMANI, 1995, p. 16).

Ainda, Angrimani (1995) explica que a linguagem utilizada por veículos que se pretendem sensacionalistas não pode ser sofisticada ou elegante. Assim, a linguagem utilizada é a coloquial, “não aquela que os jornais informativos comuns empregam, mas a coloquial exagerada, com emprego excessivo de gíria e palavrões. (...) a linguagem sensacionalista não admite distanciamento, nem a proteção da neutralidade” (ANGRIMANI, 1995, p. 16).

Em relação à linguagem, Dias (2008) acrescenta que, de modo geral, os veículos se preocupam com um estilo jornalístico que alcance todos os níveis socioculturais, de forma que extremismos, purismos e vulgarismos não são facilmente encontrados em publicações consideradas de referência.

No entanto, quando se trata de publicações de cunho sensacionalista, o uso de expressões populares gírias, assim como o de marcadores conversacionais e redução compatível com a pronúncia popular é o mais comum. Para Dias (2008), “a razão, em princípio, parece-nos ser a busca de identificação entre a linguagem do jornal e a do público leitor” (DIAS, 2008, p. 48), ou seja, a intenção é atender a uma expectativa do leitor, assim como numa conversa espera-se satisfazer as expectativas do interlocutor.

Salienta-se, entretanto, que sensacionalismo é uma característica e não um gênero que, de fato, define alguns periódicos em circulação. Uma matéria pode ser sensacionalista independente do veículo no qual ela foi publicada, seja em uma publicação de referência ou de apelo popular, especialmente em temas ligados à violência e sexo.

2.5 *Fait divers*

Um dos principais “ingredientes” do sensacionalismo é o *fait divers*. O termo designa “uma rubrica sob a qual os jornais publicam com ilustrações as notícias de gêneros diversos que ocorrem no mundo” (ANGRIMANI, 1995, p. 25). Ou seja, o termo abrange diversos tipos de fatos que não necessariamente sejam de interesse público, mas que despertam a curiosidade, a exemplo de desastres e acidentes. Ele tem um consumo imediato.

Os primeiros *fait divers* surgiram na França por volta de 1631. De acordo com Angrimani (1995), o fundador da *Gazette de France*, Théophraste Renaudot, lançava edições “extraordinárias” somente contendo *fait divers* sensacionais. Com o passar do tempo e o desenvolvimento das técnicas de impressão e desenho, os *fait divers* aumentaram a publicação no país, incluindo imagens de execuções, por exemplo.

O autor frisa que, numa sociedade de massa, o *fait divers* nada mais é do que uma informação quente e circunstancial. Além disso, trata-se do tipo de notícia que se pode abordar questões como morte, transgressões e violência sem ter de falar delas diretamente. Angrimani (1995) lembra também que alguns autores confundem *fait divers* com sensacionalismo e entendem que esse tipo de notícia não tem como objetivo atingir a inteligência do leitor, mas apenas a subjetividade e causar sensações.

De acordo com a pesquisadora Dejavite (2001), Barthes “transformou o termo (na obra *Essais Critique*), em um conceito semiológico, para dar conta das notações muito aberrantes do real” (DEJAVITE, 2001, p. 7). Em resumo, Barthes explica que o *fait divers* nem ao menos é classificado sob a alcunha de Variedades, dada a excepcionalidade do fato por ele tratado. É uma notícia que acaba em si mesma, sem contexto e duração.

Pedroso (2001) reforça que nessas notícias sem durabilidade e insignificantes, também estão contidas “os tipos sociais, dramatizados narrativamente, que representam o lugar de evasão e o ritmo da informação angulados pelo nível massa” (PEDROSO, 2001, p. 50-51).

Por sua vez, Amaral (2006) frisa que o *fait divers* se relaciona com a dramatização da notícia, além da folhetinização. Ou seja, o envolvimento com o público e o enraizamento na vida cotidiana são duas fortes características do jornalismo sensacionalista e que pode ser encontrado nos *fait divers*. São notícias que se esgotam em si mesmas e, portanto, não dependem de análise ou contextualização.

O francês Barthes (2007) foi o responsável por fazer o conceito de *fait divers* ganhar fôlego acadêmico. O autor explica que a palavra francesa é utilizada para classificar o inclassificável, ou seja, quando as notícias não podem ser inscritas conforme o catálogo preexistente que abarca fatos políticos, econômicos, guerras, ciência, entre outros. Ou seja, “(...) numa só palavra, seria uma informação monstruosa, análoga a todos os fatos excepcionais ou insignificantes, em suma inomináveis (...)”, (BARTHES, 2007, p. 57).

O pesquisador utiliza como exemplo dois assassinatos: um político e outro não. A diferença, segundo explica, reside no fato de que o assassinato político já se encaixa numa temática existente, ou seja, remetendo a uma situação que existe fora dele, enquanto o outro assassinato não se encaixaria em nenhuma definição. O *fait divers* contém em si toda a informação necessária para a sua compreensão. De acordo com Barthes (2007),

(...) Evidentemente, seu conteúdo não é estranho ao mundo: desastres, assassinios, raptos, agressões, acidentes, roubos, esquisitices, tudo isso remete ao homem, a sua história, a sua alienação, a seus fantasmas, a seus sonhos, a seus medos: uma ideologia e uma psicanálise do *fait divers* são possíveis; no nível da leitura, tudo é dado num *fait divers*; suas

circunstâncias, suas causas, seu passado, seu desenlace; sem duração e sem contexto, ele constitui um ser imediato, total, que não remete, pelo menos formalmente, a nada de implícito; (...) É sua imanência que define o *fait divers* (BARTHES, 2007, p. 58).

O autor classifica as relações inerentes aos *fait divers* em dois tipos: causalidade e coincidência. Na relação de causalidade, Barthes (2007) explica que geralmente diz respeito a uma ação e uma causa ou circunstância. É nesse tipo que podem ser encontrados estereótipos como os do drama passionai ou crime por dinheiro, por exemplo. No entanto, quando o estereótipo é, de certa forma, esperado, o foco do *fait divers* se transfere para o individual ou personalizado, ou seja, evidencia a mãe, a criança ou o idoso que faz parte da notícia, em detrimento da estrutura noticiosa.

Barthes (2007) explica que para que uma causalidade chame a atenção a ponto de se tornar notícia, ela precisa de uma perturbação. Dentre as perturbações que o autor cita estão as inexplicáveis ou cuja explicação demanda tempo além do imediato exigido pelo *fait divers*: prodígio e crime. Por prodígio, o autor entende que seriam as notícias que tratam do sobrenatural ou do espaço. Por sua vez, o crime misterioso seria o segundo tipo de perturbação que se articula com a causalidade.

Em relação à coincidência, Barthes (2007) explica que

É primeiramente a repetição de um acontecimento, por mais anódino que seja, que o designa para a notação de coincidência: “uma mesma joalheria foi assaltada três vezes”; (...) A repetição leva sempre, com efeito, a imaginar uma causa desconhecida, tanto é verdadeiro que na consciência popular o aleatório é sempre distributivo, nunca repetitivo: o acaso deve variar os acontecimentos; se ele os repete, é que quer significar qualquer coisa através deles: repetir é significar (...) entretanto, mesmo relegada à categoria de “curiosidade”, não é possível que a repetição seja notada sem que se tenha a idéia de que ela detém um certo sentido, mesmo se esse sentido permanece suspenso: o “curioso” não pode ser uma noção opaca e por assim dizer inocente (...): ele institucionaliza fatalmente uma interrogação (BARTHES, 2007, p. 63).

O autor conclui que a causalidade é submetida à tentação da coincidência frequentemente e vice-versa. Assim, a junção dos movimentos da causalidade aleatória e da coincidência ordenada acaba por constituir o *fait divers*.

2.6 Espetáculo

O sensacionalismo pode ser encarado como forma de seduzir o público e, assim como o espetáculo, elaborado por Debord (2003), atuar na produção de sentidos. Segundo Arbex Júnior (2001), “Guy Debord afirmava que a ‘sociedade de consumo’, apoiando-se nos meios de comunicação de massa, tornara-se a ‘sociedade do espetáculo’, ou melhor, o espetáculo tornara-se a forma de ser da sociedade de consumo” (ARBEX JÚNIOR, 2001, p. 69).

Ou seja, a multiplicação de ícones e, especialmente, de imagens nos meios de comunicação de massa têm a pretensão de preencher tudo aquilo que não existe na vida do indivíduo comum, sendo uma constante aventura, felicidade e ousadia.

À medida que a necessidade se encontra socialmente sonhada, o sonho se torna necessário. O espetáculo é o mau sonho da sociedade moderna acorrentada, que ao cabo não exprime senão o seu desejo de dormir. O espetáculo é o guardião deste sono (DEBORD, 2003, p. 20).

Segundo Debord (2003), “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre as pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 2003, p. 14). Assim, trata-se de uma relação bastante fragmentada e, segundo o autor, pobre, pois torna a pessoa um sujeito passivo.

Coelho (2006) salienta que o conceito de sociedade do espetáculo foi criado como uma maneira de compreender as características de uma fase específica da sociedade capitalista. Não significa dizer que, nesta fase, a sociedade é dominada pelos meios de comunicação, mas o que existe é uma relação social mediada por imagens.

Debord (2003) também explica que o espetáculo é, ao mesmo tempo, “parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação” (DEBORD, 2003, p. 15). Ou seja, o espetáculo, segundo o autor, concentra todo o olhar e consciência das pessoas que formam uma sociedade. Tal fenômeno pode ser explicado por meio de expressões como “Verdade? Passou na televisão?”, que retificam o tom de realidade de um acontecimento se ele for mediatizado por imagens.

Neste sentido, Coelho (2006) explica que “o espetáculo é um elemento articulador, ele estabelece mediações entre as várias dimensões da realidade social capitalista” (COELHO, 2006, p. 15). Para Debord (2003), o espetáculo tem um caráter fundamentalmente tautológico, já que os meios pelos quais ele age são a sua finalidade.

Sendo assim, ele afirma que o conceito de espetáculo é capaz de não só unificar, como também explicar uma imensa diversidade de fenômenos aparentes.

Considerando segundo os seus próprios termos, o espetáculo é a afirmação da aparência e a afirmação de toda a vida humana, socialmente falando, como simples aparência. Mas a crítica que atinge a verdade do espetáculo descobre-o como a negação visível da vida; uma negação da vida que se tornou visível (DEBORD, 2003, p. 16).

Sendo assim, para Debord (2003), o espetáculo não passa de simples aparência da vida humana e que toma para si a essência de verdade. Para o autor, trata-se de “uma visão cristalizada do mundo” (DEBORD, 2003, p. 14). Sobre isso, Coelho (2006) argumenta que “na sociedade do espetáculo, a realidade social já não aparece como coisa, mas como imagem, que oscila entre ser um conjunto autônomo e separado das ações humanas e uma multiplicidade de ações fragmentadas” (COELHO, 2006, p. 17).

O aspecto econômico é muito forte quando se fala em espetacularização da sociedade, especialmente porque Debord (2003) tem uma visão materialista da vida social. Isso faz com que o autor também entenda a importância da dimensão histórico-crítica do conceito que desenvolveu. Na obra *A sociedade do espetáculo*, o autor diz que “toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (DEBORD, 2003, p. 13).

Ainda, conforme diz Coelho (2006), o mundo completamente dominado pelo aspecto econômico é *espetacularizado*. Ou seja, para ele, a alienação é simultaneamente material e intelectual, podendo se estender por toda a vida social. Além disso, o trabalhador não somente deixa de se ver enquanto sujeito do processo de produção, como não é visto pela sociedade enquanto tal – o que acaba por contaminar a vida social de tal modo que os indivíduos, imersos no capitalismo, deixam de se ver como produtores da própria realidade social. É como se tudo fosse apartado da realidade, não passando de pura representação.

Considerando-se que a imprensa é uma forma particular de produção do espetáculo (MARQUES, 2006, p. 54), pode-se entender que o jornalismo de cunho sensacionalista também está incluído neste esquema. De acordo com Marques (2006), a imprensa, “ao reproduzir os aspectos aparentes da sua dinâmica e do seu funcionamento, deixa de aprofundar os assuntos estratégicos que podem demonstrar as

contradições essenciais entre as forças fundamentais que compõem as sociedades capitalistas” (MARQUES, 2006, p. 54).

Portanto, para o autor, que considera que a imprensa representa o lado do capital em oposição ao do trabalhador, faz sentido que ela trate o material produzido de maneira superficial. A “mercadoria-notícia”, neste contexto, serviria apenas como geradora de lucro para a empresa jornalística, algo que se sabe que acabou por fortalecer o ressurgimento de publicações sensacionalistas ou popularescas nos últimos anos no Brasil.

2.7 Jornalismo popular: o que é?

Desde os primórdios da imprensa, o jornalismo vive na linha tênue entre ficção e realidade. Os periódicos que se aproximam mais da realidade e são mais objetivos – na medida do possível – são considerados tradicionais ou de referência. Já os que se utilizam de estratégias mais voltadas ao ficcional em textos e imagens são considerados jornais populares. De acordo com Amaral (2006), o jornalismo é considerado como uma atividade realizada em prol do interesse público, do bem estar social e de não submissão aos interesses particulares.

O jornalismo de referência “fala, sobretudo, com o leitor interessado no mundo público. [...] mas os jornais de referência, para terem sucesso comercial, precisam antes de tudo ter credibilidade e prestígio perante os formadores de opinião” (AMARAL, 2006, p. 55). Por isso, o discurso padrão do jornal de referência é o informativo, já que preza por conceitos como racionalidade, imparcialidade, objetividade, credibilidade e possui linguagem abstrata e conceitual, voltada para a realidade.

Já os jornais considerados populares, segundo a autora, “precisam falar do universo do seu público-alvo [...] sem levar em conta se as informações são do âmbito do privado ou do entretenimento” (AMARAL, 2006, p. 57). Devido aos interesses mercadológicos, os jornais populares constroem a legitimidade por meio de outros parâmetros, utilizando-se de recursos temáticos, estéticos e estilísticos que se afastam do que é considerado tradicional no mundo da produção de notícias.

Torna-se clara a preferência por um produto de apelo popular: com a segmentação mercadológica, os assuntos tratados em publicações desse tipo

costumeiramente atraem um grande número de leitores, o que representa lucro para a empresa jornalística. Entretanto, a busca pelo lucro e diferenciação comercial não devem ser fatores primordiais no sentido de impactar a notícia veiculada.

Alerta que o conceito de sensacionalismo não pode ser confundido com a proposta do jornalismo popular. De acordo com Amaral (2003), o conceito de sensacionalismo é largamente utilizado e não contempla a complexidade e diversidade da imprensa, especialmente as publicações consideradas populares. Ela diz que “o sensacionalismo é um conceito de múltiplos usos, seguidamente associado a uma concepção limitada da imprensa e a uma noção elitista da cultura” (AMARAL, 2003, p. 133).

Assim, o termo tornou-se abrangente e “ora se torna demasiadamente aberto para se constituir numa categoria analítica adequada, ora parece ser estreito para dar conta de outras dimensões do fenômeno, configurando-se num conceito de baixa densidade explicativa” (AMARAL, 2003, p. 133).

Dessa forma, a autora argumenta que o jornal projeta o leitor e, com base nele, desenvolve estratégias para atingi-lo. O leitor, por sua vez, já tem uma expectativa em relação ao que vai encontrar em determinada publicação. Assim, os produtos populares acabam presos à ditadura do leitor, ouvinte ou espectador (AMARAL, 2006, p. 60). Amaral (2006) explica que

A maior parte dos jornais do segmento popular constrói um leitor dependente de seu assistencialismo e atraído pelo fato de ver seu rosto e sua fala publicados no jornal. (...) Baseiam-se na ideia de que o público precisa de muita prestação de serviço, entretenimento e intermediação com o poder público, mas nada que ultrapasse muito uma visão doméstica do mundo (AMARAL, 2006, p. 62).

Portanto, o conteúdo é o principal diferencial entre o jornalismo sensacionalista e o popular, considerando que embora as estratégias se assemelhem – público-alvo específico, linguagem coloquial e preferência pelo cotidiano – a opção pelo assistencialismo em detrimento de uma exacerbação das sensações acaba por caracterizar a publicação do tipo popular.

Por sua vez, conforme diz Amaral (2006), ao tempo em que o jornalismo popular utiliza estratégias sensacionalistas para legitimar-se junto ao público-alvo, ele não deve ser completamente guiado por tais estratégias. Assim, a autora defende um jornalismo popular de qualidade, que busque mais o interesse público, seja escrito de

modo claro, porém sem exageros de ordem estética e gramatical, além de fortalecer um dos temas que é tão caro ao público leitor, que é a cidadania.

2.8 Critérios de noticiabilidade no sensacionalismo

Para construir uma relação de proximidade junto ao leitor, os jornais populares desenvolvem critérios de seleção para que um determinado fato se torne notícia na publicação. De acordo com Amaral (2006), enquanto nos jornais tidos como de referência os valores-notícia vão desde fatos de impacto nacional a políticas públicas importantes ou acontecimentos que gerem desdobramentos interessantes, a imprensa popular trabalha com outros critérios.

Em resumo, um fato terá mais chances de ser publicado num jornal popular se: tiver capacidade de entretenimento, ou seja, divertir com distração, de forma sensória prazerosa; tiver proximidade com o leitor e cause repercussão imediata na vida do leitor; se puder ser simplificado; se houver a possibilidade de narração dramática; se tiver identificação dos personagens com o leitor e se for útil, ou seja, se explica direitos básicos, ensina como viver à semelhança dos famosos ou até como investir o dinheiro (AMARAL, 2006, p. 63).

Tais critérios também podem ser atribuídos aos jornais sensacionalistas, uma vez que o entretenimento e a proximidade são critérios bastante vistos em publicações do tipo. Acrescenta-se o trinômio escândalo-sexo-sangue conforme frisado por Marcondes Filho (1989) como principal critério de noticiabilidade em publicações sensacionalistas.

A preferência por matérias que abordem a violência é considerada típica de periódicos que tendem ao sensacionalismo. De acordo com Angrimani (1995), uma das diferenças entre um jornal sensacionalista e os que apresentam linguagem mais objetiva, considerados de referência, reside na valorização editorial da violência por meio de notícias que explorem crimes tais como assassinatos, suicídios, estupros, vinganças, entre outros.

Entretanto, o autor argumenta que mesmo sendo uma prática com vistas a provocar emoção no público, “(...) ao valorizar a notícia que traduz um fato violento, o jornal sensacionalista está apenas atendendo a um desejo específico de seu público” (ANGRIMANI, 1995, p.57). Ou seja, essa compreensão é uma crítica a quem afirma

que o jornal sensacionalista tem natureza violenta, enquanto os demais informativos não teriam. A violência, conforme o autor, também se dá por meio de editoriais agressivos ou de uma reportagem denunciadora, por exemplo, que se encontram em publicações de referência.

Para Dias (1997), a violência nos periódicos sensacionalistas ultrapassa a escolha dos materiais a serem publicados e se encontra também na linguagem das notícias. Segundo a autora, a violência naturalmente já tem um lugar efetivo na mídia por significar um desvio em relação a um estado considerado normal. No entanto, alerta para o fato de que

A exposição chocante de fatos, acontecimentos e idéias visando a emocionar para além dos graus normais da tensão psicológica caracteriza a ação mais evidente da imprensa sensacionalista para potencializar a violência e torná-la banalizada. Essa observação aponta para a importância de se estar alerta à representação da violência, ou ainda, ao discurso que a elabora, pois “violência são os fatos tanto quanto nossas maneiras de apreendê-los, de julgá-los, de vê-los – ou de não vê-los” (Michaud, 1984:111). (DIAS, 1997, p. 1-2).

Portanto, Dias (1997) enfatiza que a contínua exposição à violência do cotidiano, especialmente quando os crimes cometidos são exacerbados ao máximo, com vistas à sensacionalização do fato, ocorre a banalização da violência, ao ponto de provocar certa insensibilidade diante de fatos que, normalmente, deveriam causar choque ou tristeza.

3 MEIGAS E ABUSADAS: INVISIBILIDADE E VIOLÊNCIA NA IMAGEM DA MULHER NA IMPRENSA SENSACIONALISTA

Determinados padrões de comportamentos são atribuídos às mulheres ou aos homens até o ponto de serem considerados naturais. Os argumentos do tipo biológico costumam ser utilizados como prova indiscutível de que existe diferença entre os sexos – e que, portanto, seriam suficientes para toda uma prática hegemônica de desvantagem em relação à mulher.

Por meio de um sistema de oposições homólogas (alto/baixo, fora/dentro, subir/descer), de aplicação universal, é possível registrar tais diferenças da natureza inscritas na objetividade, segundo Bourdieu (2014). Para o autor, essa divisão entre os sexos aparentemente natural “está presente, ao mesmo tempo, em estado objetivado nas coisas (...), em todo o mundo social e, em estado incorporado, nos corpos e nos *habitus* dos agentes (...)” (BOURDIEU, 2014, p. 21). Ou seja, pensamento, ação e percepção estão impregnados dessa lógica da dominação masculina.

Dessa forma, o conceito de gênero aponta para a arbitrariedade das chamadas diferenças entre os sexos e atribui à construção cultural as diferentes formas de compreensão do masculino e do feminino na sociedade. Ao apontar tais diferenças, o conceito tem como objetivo ressaltar que elas geram desigualdades. A pesquisadora Louro (1997) afirma que

Teorias foram construídas e utilizadas para “provar” distinções físicas, psíquicas, comportamentais; para indicar diferentes habilidades sociais, talentos ou aptidões; para justificar os lugares sociais, as possibilidades e os destinos “próprios” de cada gênero. O movimento feminista vai, então, se ocupar centralmente dessa diferença — e de suas consequências (LOURO, 1997, p. 45).

Scott (1990), no artigo *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*, explica que o termo começou a ser utilizado por feministas para designar “uma maneira de se referir à organização social da relação entre os sexos” (SCOTT, 1990, p. 72). Ou seja, o gênero enfatiza que as diferenças entre os sexos são construções essencialmente sociais. De acordo com Louro, não são as características sexuais de mulheres e homens, “mas é a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz

ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico” (LOURO, 1997, p. 21).

Num primeiro momento, as feministas que se debruçaram sobre os estudos acerca das mulheres lidaram com a tentativa de tornar o termo capaz de designar não somente um novo campo de estudos, mas também uma categoria analítica válida cientificamente. As pesquisas tentavam trazer visibilidade para as mulheres, mas muitas vezes limitaram-se a descrições de espaços e condições de vida e trabalho. Entretanto, a importância desses estudos reside no fato de tirar a mulher dos rodapés da literatura acadêmica e torná-la o tema central, como frisa Louro (1997).

Segundo Scott (1990), o termo gênero também indica “que qualquer informação sobre as mulheres é necessariamente informação sobre os homens, que um implica o estudo do outro” (SCOTT, 1990, p. 75). Assim, enfatiza-se que o mundo das mulheres também se relaciona ao mundo dos homens.

Acerca disso, Louro (1997) explica que o conceito de gênero “pretende se referir ao modo como as características sexuais são compreendidas e representadas ou, então, como são ‘trazidas para a prática social e tornadas parte do processo histórico’” (LOURO, 1997, p. 22). Ou seja, busca-se trazer a problematização para o campo social. Assim, o termo tem forte carga relacional e, mesmo que os estudos priorizem a análise sobre as mulheres, também acabam por se referir aos homens.

Para Lauretis (1994), o sistema sexo-gênero pode ser entendido tanto como construção sócio cultural quanto aparato semiótico, sendo um sistema de representação que acaba por atribuir significado na sociedade. Ou seja,

Se as representações de gênero são posições sociais que trazem consigo significados diferenciais, então o fato de alguém ser representado ou se representar como masculino ou feminino subentende a totalidade daqueles atributos sociais. Assim, a proposição de que a representação de gênero é a sua construção, sendo cada termo a um tempo o produto e o processo do outro, pode ser reexpressa com mais exatidão: “A construção do gênero é tanto o produto quanto o processo de sua representação” (LAURETIS, 1994, p. 212).

Esse sistema, para a autora, está sempre intimamente ligado aos fatores político e econômico de cada sociedade. Scott (1990) explica que o poder político “não apenas faz referência ao significado da oposição homem/mulher; ele também o estabelece. Para

proteger o poder político, a referência deve parecer certa e fixa, fora de toda construção humana, parte da ordem natural ou divina” (SCOTT, 1990, p. 92).

Isso significa, para a autora, que a oposição binária não é apenas intrínseca ao processo social das relações de gênero, mas também às relações de poder. Tal binariedade é objeto de discussão em diversos estudos, segundo Scott (1990). Assim, questionar qualquer aspecto dessa oposição significaria ameaçar todo o sistema desenvolvido para que as relações sociais assim se conservem.

3.1 Representação Social

A noção de representação social é utilizada nas mais diversas correntes de estudos das Ciências Sociais, a exemplo da Antropologia, Sociologia e Psicologia. Também é possível encontrar os usos da expressão no senso comum e na imprensa. Segundo Jodelet (2002), existe uma necessidade constante de saber sobre o mundo que aí está e o que ele tem a ver com os sujeitos. Sendo assim, a autora afirma que

É necessário ajustar-se, conduzir-se, localizar-se, física ou intelectualmente, identificar e resolver problemas que ele põe. Eis porquê construímos representações. E, da mesma forma que, ante as coisas, pessoas, eventos ou ideias, não somos equipados apenas com automatismos, igualmente não somos isolados em um vazio social: compartilhamos o mundo com outros, neles nos apoiamos – às vezes convergindo; outras, divergindo – para o compreender, o gerenciar ou o afrontar. Por isso as representações são sociais e são tão importantes na vida cotidiana (JODELET, 2002, p. 17).

Segundo Freire Filho (2004), comumente a noção de representação é associada ao processo democrático da eleição que, por meio dos votos, elege um para representar os interesses de determinada comunidade. Sendo assim, de maneira análoga, o autor explica que representação trata também do “uso dos variados sistemas significantes disponíveis (textos, imagens, sons) para ‘falar por’ ou ‘falar sobre’ categorias ou grupos sociais, no campo de batalha simbólico das artes e das indústrias da cultura” (FREIRE FILHO, 2004, p. 45).

Ou seja, a representação é uma maneira de tomar uma categoria ou grupo social e representa-la por meio de imagens, sons ou textos que a remetam simbolicamente.

Assim, elas podem ser consideradas fenômenos complexos ativos e agentes na sociedade, conforme Jodelet (2002).

Jodelet (2002) explica que uma primeira caracterização do conceito de representação trata o termo como uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, quase como um “senso comum”, o que a distingue do conhecimento científico. Freire Filho (2004) afirma que as representações sociais intervêm nos mais diversos processos, desde a assimilação de conhecimentos até a definição das identidades pessoais e sociais. Além disso,

Como fenômenos cognitivos, associam o pertencimento social dos indivíduos às implicações afetivas e normativas, às interiorizações das experiências, das práticas, dos modelos de conduta e de pensamento, socialmente inculcados ou transmitidos pela comunicação social, que aí estão ligados. [...] De fato, representar ou se representar corresponde a um ato de pensamento pelo qual o sujeito relaciona-se com um objeto. [...] A representação é, pois, a representante mental do objeto que reconstitui simbolicamente. De outro lado, como conteúdo concreto do ato de pensar, a representação carrega a marca do sujeito e de sua atividade. (JODELET, 2002, p. 22).

Dessa forma, é compreensível que, dependendo do sentido que se deseja dar a determinado grupo social, a representação pode ser distorcida, especialmente quando se trata de minorias, tais como mulheres, negros e imigrantes. Conforme diz Freire Filho (2004), a análise crítica da representação de identidades sociais teve início na década de 1960, com foco nas distorções provocadas pela mídia voltada para a comunicação de massa.

Alexandre (2001) esclarece que a origem da expressão representação social é europeia e que “remete ao conceito de representação coletiva de Émile Durkheim, por longo tempo esquecido, que Serge Moscovici retomou para desenvolver uma teoria das representações sociais no campo da Psicologia Social” (ALEXANDRE, 2001, p. 111).

O autor explica que “na definição de Moscovici, a representação social refere-se ao posicionamento e localização da consciência subjetiva nos espaços sociais, com o sentido de constituir percepções por parte dos indivíduos” (ALEXANDRE, 2001, p. 112). Ainda, afirma que as representações de um objeto social teriam um processo de formação “entendido como um encadeamento de fenômenos interativos, fruto dos processos sociais no cotidiano do mundo moderno” (ALEXANDRE, 2001, p. 112).

Dessa forma, Alexandre (2001) salienta que cotidianamente são muitas as informações, sons e imagens que bombardeiam a todos e que acabam por tentar “criar, mudar ou cristalizar atitudes ou opiniões nos indivíduos. É o efeito dos meios de comunicação de massa (MCM) em nossas relações sociais” (ALEXANDRE, 2001, p. 112).

O tema da representação é especialmente tratado nos estudos culturais, que se consolidaram em meados dos anos 1960, conforme salienta Freire Filho (2004). Segundo o autor, “tal inclinação teórica se harmoniza com a pauta de reivindicações dos novos movimentos sociais, notabilizados por uma preocupação profunda com a questão da identidade – o que ela significa, como é produzida e contestada” (FREIRE FILHO, 2004, p. 45).

A historiadora Swain (2001) compreende que ao tempo em que as representações ajudam a construir a realidade, elas também a integram, ao afirmar que “as representações sociais são consideradas como uma forma de construção social da realidade cuja mediação atravessa e constitui as práticas através das quais se expressam” (SWAIN, 2001, p. 13).

Para a autora, as representações sociais podem ser encontradas desde o senso comum até a literatura ou no discurso científico, e elas instituem o mundo nas chamadas “clivagens valorativas”, definindo categorias de percepção, análise e definição do social. Os meios de comunicação, por serem instrumentos de mediação entre as várias realidades, acabam por serem construtores e legitimadores de representações sociais.

Assim a televisão, as novelas, os romances, as revistas em quadrinhos, as revistas em geral, os jornais, a internet etc., em seu espaço de recepção e interação veiculam representações sobre as mulheres, os homens, a sociedade. Imagens e textos compõem um mosaico que integra a maneira de se perceber o mundo e o desenho de sua positividade (SWAIN, 2001, p. 14).

Sendo assim, conforme Swain (2001), torna-se de extrema importância buscar o que se entende por inversão das evidências na análise do discurso social, ou seja, procurar o que constrói a naturalização de papéis. Uma das ferramentas para tal construção é o discurso de verdade, que tem como base a tradição, a ciência e a religião para “definir a essência dos seres: uma identidade baseada em critérios arbitrários que se apresenta com um caráter atemporal, negação de toda historicidade, em asserções do

tipo ‘eterno feminino’, ‘prostituição, a mais antiga profissão do mundo’” (SWAIN, 2001, p. 15).

Conforme Vizeu (2011), a representação faz uma conexão entre sentido, linguagem e cultura. Desse modo, ela é “uma parte essencial do processo na qual o sentido se produz e estabelece trocas entre os membros de uma cultura.” (VIZEU, 2011, p. 31). O autor destaca que, assim como no construtivismo jornalístico, é importante, em relação à representação, “dizermos de que lugar estamos falando” (VIZEU, 2011, p. 32).

Ainda, Vizeu (2011) explica que há dois geradores de representações sociais: ancoragem e objetivação. Na objetivação, “as teorias abstratas de um grupo especializado [é integrado] em elementos do meio ambiente geral” (VIZEU, 2011, p. 33), enquanto que a ancoragem “transforma a ciência num saber útil para todos” (VIZEU, 2011, p. 33). Por fim, o autor diz que a preocupação da teoria é compreender “por que as pessoas fazem o que fazem?”, entendendo a representação não só como racional e cognitiva, mas também como “um conjunto amplo de sentidos criados e partilhados socialmente” (VIZEU, 2011, p. 33).

A pesquisadora Azevêdo (2011) afirma que o jornalismo “também representa uma realidade compartilhada a todo um conjunto social. Ou seja, um sistema próprio de representação social no qual os significados da vida social assumem sua dimensão pública e onde acontecem diferentes mediações institucionais” (AZEVEDO, 2011, p. 50). Assim, entende-se que há uma multiplicidade de discursos na imprensa, cada um disputando o espaço de representação de pessoas, locais e acontecimentos.

3.2 Estereótipos

Atualmente, segundo Freire Filho (2004), são muitos os estudos e referenciais teóricos consolidados que abordam o complexo processo de produção, circulação, consumo e contestação das representações midiáticas de grupos considerados como minoria. O autor explica que as análises e debates voltados para as representações desfavoráveis de minorias utilizam o conceito de estereótipo.

Para o autor, o estereótipo é um modo de representação bastante complexo e que “ao embasar estratégias de individuação e marginalização, produz um efeito de verdade

probabilística e previsibilidade que, no caso, deve sempre estar em excesso do que pode ser provado empiricamente ou explicado logicamente” (FREIRE FILHO, 2004, p.48).

Conforme diz Alsina (2009), os estereótipos são entendidos como geradores de sentido, mesmo que utilize de excessos, e explica que o ser humano tem a necessidade de criar sentido com o entorno. Dessa forma, o processo de socialização acaba por ajudar nesse processo que, no entanto, não depende somente da razão, mas também da emoção.

Para a criação de sentido, o ser humano também precisa utilizar o universo referencial, ou seja, toda a bagagem enciclopédica, emocional ou racional, a que teve acesso durante a vida. Alsina (2009) esclarece que os preconceitos e estereótipos fazem parte desse universo referencial e que ajuda a dar sentido ao mundo.

Segundo o autor, deve-se considerar os estereótipos e preconceitos como instrumentos que ajudam a reduzir a complexidade da realidade ou dar sentido a realidades distintas. Por isso, “os preconceitos e os estereótipos tranquilizam a nossa ansiedade e a nossa incerteza diante da falta de sentido de uma situação. Talvez, por isso, todos nós tenhamos preconceitos e estereótipos” (ALSINA, 2009, p. 274).

Explica que a principal diferença entre preconceito e estereótipo estaria no fato de o preconceito ser um sentimento mais individual, enquanto o estereótipo precisaria ser compartilhado por um grupo para poder ser considerado como tal. Ou seja, “(...) determinados preconceitos socializados se tornam estereótipos” (ALSINA, 2009, p. 275-276).

Sendo assim, define estereótipo como “(...) um conjunto estável de crenças e ideias pré-concebidas, que os membros de um determinado grupo compartilham sobre as características de um outro grupo” (ALSINA, 2009, p. 276). O autor esclarece também que, aos poucos, o estereótipo foi perdendo a conotação negativa de “irracionalidade” para se tornar uma justificativa pertinente ao que se chama de “sobrecarga de informações”, que é uma das características da sociedade da informação, na qual vivemos atualmente.

Entretanto, o autor alerta para o uso dos estereótipos, justamente por causa do tipo de sociedade em que estamos inseridos. Alsina (2009) salienta que por mais que o preconceito esteja baseado numa informação parcial e deficiente, o acesso a uma nova informação não significa que o preconceito desapareça. Sendo assim, lembra que “é

curioso o quanto as ideias pré-concebidas são resistentes à mudança, inclusive quando se enfrentam a uma nova informação que não se ajusta ao estereótipo” (ALSINA, 2009, p. 277).

Assim, para o autor, é mais fácil tentar encaixar a nova informação na ideia já existente do que reformular o conhecimento adquirido. Embora Alsina (2009) reforce que estereótipos e preconceitos possam ser um empecilho para o conhecimento de determinadas realidades, não sendo todos eles de cunho negativo, deve-se tomar cuidado com os negativos.

Segundo o autor, os estereótipos e preconceitos negativos “(...) servem para justificar, em muitos casos, os privilégios e as diferenças intergrupais, pois eles não só são usados para dar sentido de forma instantânea, mas também para fazer uma classificação de acordo com uma ordem social” (ALSINA, 2009, p. 278).

Assim, eles podem servir como justificativa para alimentar comportamentos discriminatórios em relação a minorias. Por isso, enquanto Alsina (2009) defende a existência de preconceitos – com restrições – Freire Filho (2004) afirma que “necessitam ser conceituados (e contestados) como estratégias ideológicas de construção simbólica que visam a naturalizar, universalizar e legitimar normas e convenções de conduta, identidade e valor que emanam das estruturas de dominação social vigentes” (FREIRE FILHO, 2004, p. 48).

Os preconceitos e estereótipos negativos podem enraizar-se na sociedade de tal maneira que se geram estigmas. O conceito, trabalhado por Goffman (1980) em relação à demonização de transgressores, deriva da sociedade grega. Naquele contexto, o estigma eram sinais corporais feitos com fogo ou cortes que distinguiam pessoas cuja moral havia caído e, portanto, deveriam ser evitadas principalmente em lugares públicos. Normalmente, escravos, traidores e criminosos eram marcados dessa forma.

Ao trazer o conceito para os dias de hoje, Goffman (1980) explica tratar-se de um indivíduo “que poderia ter sido facilmente recebido na relação social quotidiana possui um traço que pode impor-se à atenção e afastar aquele que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus” (GOFFMAN, 1980, p. 14). Neste sentido, as marcas físicas já não seriam mais necessárias, pois se tornaram marcas de caráter.

Os estigmas, então, são responsáveis por atribuir características negativas a pessoas ou grupos que se desviam do que é considerado normal, podendo ser considerados como falha ou defeito do outro e resultando numa desvantagem em relação ao padrão. Ou seja, os estigmas acabam diminuindo as oportunidades de quem assim é visualizado, já que reduzem o valor social dos indivíduos.

3.3 Mulher e mídia

A mulher é frequentemente associada a mitos. Acerca disso, escreve Beauvoir (1970):

É sempre difícil descrever um mito; ele não se deixa apanhar nem cercar, habita as consciências sem nunca postar-se diante delas como um objeto imóvel. É por vezes tão fluido, tão contraditório que não se lhe percebe, de início, a unidade: Dalila e Judite, Aspásia e Lucrecia, Pandora e Atená, a mulher é, a um tempo, Eva e a Virgem Maria. É um ídolo, uma serva, a fonte da vida, uma força das trevas; é o silêncio elementar da verdade, é artifício, tagarelice e mentira; a que cura e a que enfeita; é a presa do homem e sua perda, é tudo o que ele quer ter, sua negação e sua razão de ser (BEAUVOIR, 1970, p. 183).

O movimento feminista, desde a chamada primeira onda⁷, foi responsável por tentar dar visibilidade à mulher que, até então, tinha a vida restrita ao ambiente familiar e doméstico. Para Azevêdo (2011), “(...) o jornalismo, vem acompanhando as mudanças provocadas por este segmento da sociedade, tanto como espaço que constrói a visibilidade de suas reivindicações e conquistas, quanto instituição social que interage com diferentes atores sociais” (AZEVEDO, 2011, p. 4).

A autora salienta que foi no contexto das lutas feministas que o surgimento de grupos em defesa das mulheres também trouxe a necessidade de dar visibilidade pública a temas que antes eram restritos ao “privado”, tais como violência doméstica, sexualidade, aborto e contracepção.

De modo geral, de acordo com Swain (2001), as representações das mulheres no Ocidente variam entre *diabolizadas* ou *santificadas* (grifo nosso), “e estas expressões

⁷ Período que corresponde ao movimento das sufragistas – que lutavam pela ampliação do direito ao voto. O movimento ocorreu na virada do século XX, conforme Louro (1997).

compõem a noção de uma natureza sexuada selvagem, rebelde, má, cuja domesticação resultaria na imagem da ‘boa’, da ‘verdadeira’ mulher” (SWAIN, 2001, p. 15-16).

A pesquisadora Rubim (2001) frisa que, em meados dos anos 1990, a representação do feminino na televisão brasileira passou por uma reedição, principalmente por meio de seriados que abordaram as relações da mulher com o mercado de trabalho. Assim, os seriados mostravam uma representação “baseada na atenção aos outros, na sensibilidade e na intuição, qualidades tradicionais atribuídas às mulheres, em detrimento da ênfase na correção profissional, na competência e na posse do saber científico” (RUBIM, 2001, p. 2).

Segundo Louro (1997), a mulher foi historicamente submetida a uma segregação social e política, de tal maneira que foi excluída enquanto sujeito até mesmo da ciência. Com a imprensa, a situação não foi diferente. A autora afirma que “é preciso notar que essa invisibilidade, produzida a partir de múltiplos discursos que caracterizaram a esfera do privado, o mundo doméstico, como o ‘verdadeiro’ universo da mulher, já vinha sendo gradativamente rompida, por algumas mulheres” (LOURO, 1997, p. 17).

Assim, principalmente no meio rural, era possível encontrar mulheres exercendo atividades fora de casa, em lavouras e fábricas. Aos poucos, as mulheres passaram a adentrar outros locais – porém, com ocupações de auxílio, assessoria ou secretariado, ligadas muitas vezes à educação e cuidado. Aos homens ainda eram reservados os altos cargos de chefia e do poder público.

Dessa forma, mesmo com um esforço para se integrar ao mercado de trabalho e à vida pública, as mulheres tiveram – e ainda têm – de enfrentar diversos desafios, muitos relacionados ao campo da representação. Buitoni (1981) afirma que o uso de chavões, a exemplo de “o eterno feminino”, é uma tentativa de imobilizar as consideradas virtudes femininas.

Assim, tentam-se atribuir “qualidades quase abstratas: maternidade, beleza, suavidade, doçura e outras, num ser que é histórico” (BUITONI, 1981, p. 4). Também se trata de descontextualizar a mulher, fato que é reforçado na imprensa feminina, conforme a autora. Explica que é provável que o surgimento de veículos impressos destinados às mulheres esteja ligado à ampliação dos papéis femininos, que antes eram restritos a casa ou ao convento, “e também com a evolução do capitalismo, que implicava em novas necessidades a serem satisfeitas” (BUITONI, 1981, p. 9).

No Brasil, o aparecimento de periódicos voltados às mulheres surgiu no século XIX, conforme diz a autora, quando a família real se muda para o país. Buitoni afirma que “no período colonial, a participação da mulher fora dos limites do lar era bastante pequena. Além disso, sendo a historiografia toda calçada em personagens masculinas, encontramos poucas referências sobre a mulher” (BUITONI, 1981, p. 11).

Uma prova disso é que as primeiras publicações, de acordo com a pesquisadora, destinadas ao público feminino eram escritas e editadas por homens. Na cidade do Recife, segundo Buitoni (1981) cita, surgiu *O Espelho das Brasileiras*, em 1831, redigido por um homem⁸. Diversas publicações em outras cidades do país, a exemplo de São Paulo e Rio de Janeiro, também são lançadas com vistas ao público feminino, mas somente em 1852 vai surgir o primeiro jornal dirigido por uma mulher: o *Jornal das Senhoras*.

Muzart (2003) explica que o periódico foi fundado por Juana Paula Manso de Noronha, uma das primeiras jornalistas brasileiras. A autora argumenta que Juana, embora pioneira, foi esquecida no Brasil e também na Argentina, país do qual fugiu devido a uma ditadura. Muzart (2003) explica que

O periódico abordava temas como moda, literatura, belas-artes, teatro e crítica. Mas era o primeiro redigido inteiramente por mulheres (...). Essa atitude vem romper com a imprensa tradicional, que dedicava ao público feminino tão-somente temas como bordados, cosméticos e modas, e criar um canal para as reivindicações das mulheres e, sobretudo, um motor impulsionador de instrução, de educação, de mudança de atitudes, de idéias (MUZART, 2003, p. 227).

Buitoni (1981) esclarece que no século XIX as publicações direcionadas ao público feminino seguiam duas direções. Uma corresponde à tradicional, voltada para o lar e atividades domésticas. A outra diz respeito a publicações de cunho progressista, nas quais, conforme a autora, os direitos das mulheres são defendidos, com especial ênfase na educação.

Ainda no século XIX, as publicações femininas enxergavam as leitoras como “senhoras”. Segundo a autora, as matérias traziam um tom formal no tratamento do

⁸ Embora o nome do redator não tenha sido citado pela autora, sabe-se que se trata de um homem porque ela copia um anúncio publicado no Jornal Diário de Pernambuco dias antes do lançamento do periódico. O anúncio começa com “O Redator, animado pelo seu ardente desejo de contribuir para a instrução de suas compatriotas (...)” (BUITONI, 1981, p. 13)

público. Tal fato persiste até meados dos anos de 1940. Já no século XX, concomitantemente, a leitora passou a ser vista como “mulher”, no sentido de defesa dos seus direitos, mas ainda sendo tratada de modo mais formal. Também na década de 1940, foi se fortalecendo a ideia da mulher enquanto consumidora, visão que persiste até os dias atuais e em diversas publicações femininas no mundo, conforme Buitoni (1981).

A autora também explica que a categoria do novo é bastante encontrada em publicações voltadas ao público feminino. No entanto, não se trata de um novo transformador, mas de um “novo pelo novo, por fora, de superfície” (BUITONI, 1981, p. 130). Assim, trata-se de um novo conservador e que, conseqüentemente, espera o mesmo da mulher:

A mudança que a mulher apresenta, concretamente, no contexto social, é mínima, mesmo a mais exposta aos conceitos veiculados pelos meios de comunicação. E mesmo a imagem apresentada pela imprensa feminina inclui poucos elementos de inovação. (...) A transformação sofrida pela imagem da mulher nas revistas femininas é nula quando analisada em seus significados profundos. Ela nunca ultrapassa os limites de adaptação às normas vigentes (BUITONI, 1981, p. 133).

Conforme Swain (2001), de modo geral, os periódicos voltados ao público feminino costumam tratar as leitoras de modo “reduzido”. Assim, elas aparecem como

Consumidoras, fazendo funcionar poderosos setores industriais ligados às suas características “naturais”: domesticidade (eletrodomésticos, produtos de limpeza, móveis), sedução (moda, cosméticos, o mercado do sexo, do romance, do amor) e reprodução (produtos para maternidade/crianças em todos os registros, da vestimenta/alimentação aos brinquedos) (SWAIN, 2001, p. 19).

Buitoni (1981) afirma que os papéis sociais básicos de dona de casa, esposa e mãe são reforçados nas publicações voltadas às mulheres. Considerando os modos como o jornalismo opera na sociedade, construindo o que se considera noticiável e privilegiando acontecimentos e fontes em detrimento de outros, Cerqueira (2008) afirma que “a distribuição das vozes no discurso jornalístico é desigual e, neste domínio, as mulheres parecem estar no lado dos ‘invisíveis’ ou ‘visíveis’ com pouco destaque” (CERQUEIRA, 2008, p. 2).

Cerqueira (2008) argumenta que, na mídia impressa tradicional, as mulheres se encontram numa situação de marginalidade, que se reflete não somente no modo como se espera que elas falem, mas também na forma como se fala das mulheres. Dessa maneira, as mulheres ainda têm pouca visibilidade não somente em relação às matérias, como também enquanto fontes jornalísticas. Para ela, “o sexo feminino é representando, maioritariamente, como ‘objecto/corpo/vedeta’, o qual é reduzido ao aspecto estético” (CERQUEIRA, 2008, p. 22).

Ou seja, a mulher é frequentemente retratada enquanto passiva da história, vítima, alguém que sofre a ação, conforme a autora. Ainda, em relação à imprensa de cunho sensacionalista, Cerqueira (2008) afirma que “recorre a fotografias onde predomina o corpo das mulheres, o que vai ao encontro dos autores que dizem que a imprensa popular foca mais a sua atenção numa linguagem imagética” (CERQUEIRA, 2008, p. 23).

Na imprensa popular, o vocabulário, por meio de expressões obscenas, gírias e metáforas, pode se revelar bastante preconceituoso em relação às mulheres. Conforme explica Dias (2008),

Embora se possa dizer que, na época contemporânea, a mulher se vem libertando progressivamente desses estigmas (e as esferas mais cultas da população demonstram isso), a verdade é que a leitura de um jornal popular nos confirma a situação de inferioridade, de submissão, de humilhação em que ela se encontra na comunidade (DIAS, 2008, p. 144).

Ou seja, a imprensa popular continua a reproduzir as diferenças entre os gêneros independente dos avanços que as mulheres produzam em sociedade. A maioria desses estereótipos corresponde à natureza sexual, sempre contrastando a moral com a forma como as mulheres atuam na comunidade. Marcondes Filho (1989) explica que a dimensão moralista do jornalismo do tipo sensacionalista ultrapassa a exploração do sexo por meio das imagens de mulheres nuas, ou seja, o sexo tabuizado.

Para o autor, trata-se de um recurso que, isoladamente, não é suficientemente definidor do estilo sensacionalista, sendo mais um recurso de atração visual do leitor também utilizado por outras publicações periódicas. Por isso, a exploração do nu feminino

(...) só serve para realçar e separar o desfrute sexual como um desfrute igual ao de outra mercadoria, para provocar o prazer puramente visual do sexo separado do indivíduo. Na procura viciada pelas fotos de mulheres nuas e, nestas, a curiosidade imediata pelas zonas sexuais transmite ao leitor – o homem e a sua mente permeada pelo machismo (cf. MARCONDES FILHO, 1982d) – uma sensação de poder, o poder sobre a mulher, a possibilidade de – pelo menos nela – exercer alguma autoridade (MARCONDES FILHO, 1989, p. 91).

Ou seja, o autor afirma que mais do que uma estratégia sensacionalista para vender jornal, a nudez feminina no contexto dos periódicos que seguem essa linha serve ao machismo que permeia a mente masculina. Dessa forma, dá a sensação de poder sobre a mulher.

O autor explica que o símbolo do exercício desse poder está na posse material da mulher, seja por meio dos serviços de uma garota de programa ou abstratamente junto a sua companheira. Assim, o nu reforça a ideologia de superioridade masculina (MARCONDES FILHO, 1989) e mostra o caráter conservador e preservador de privilégios da imprensa sensacionalista.

Em sua dissertação, Silva (2010) conclui que o gênero do jornalismo é masculino. A autora afirma que enquanto produtora de conhecimento social, o jornalismo atua nas relações de poder e na explicação de processos didáticos que devem nortear os modos de vida em sociedade. Desta forma, afirma que “é importante chamar a atenção para o fato de que também a mídia e o jornalismo estão constituídos por gênero e reproduzem relações de gênero e de poder que resultam em saberes acerca disso” (SILVA, 2010, p. 63).

Ao adaptar as teorizações de Louro (1997) sobre o gênero da escola, a autora entende que o jornalismo, enquanto produtor de conhecimento, só poderia ter o gênero masculino, já que o conhecimento foi historicamente produzido por homens. Portanto, mesmo que existam professoras, assim como jornalistas do sexo feminino, o universo em questão é marcadamente masculino, então todos os aspectos remetem a isso. Por isso é importante investigar como a imprensa constrói as notícias e imagens em relação às mulheres, especialmente nos veículos de cunho sensacionalista, como é o caso do objeto de estudo em questão, o *Jornal Já*.

Conforme Swain (2001), a palavra dos homens é que define o que se entende por verdadeira natureza da mulher e que, por isso, há uma enorme reposição de representações pejorativas sobre o feminino e que restringem o lugar da mulher no

mundo. Assim, “a sedução perversa, a inferioridade física e social, a incapacidade intelectual, a dependência de seu corpo e de seu sexo, a passividade vem sendo reafirmadas em imagens e palavras que povoam o imaginário ocidental” (SWAIN, 2001, p. 16).

A linguagem é uma das formas nas quais é possível verificar as relações de poder e desigualdade entre os gêneros. Ela permite compreender, de acordo com Silva (2010), como os gêneros são dotados de sentido. Assim, a linguagem se configura como uma maneira de discriminar as mulheres, conforme o entendimento de Nye (1995).

A impressão é de que não há palavras neutras com que se possa sequer tentar indicar uma relação masculino/feminina na qual a mulher seja dominante ou mesmo igual. Sendo contraditórios poder e feminilidade, o componente semântico da dominância é masculinizado e a inferioridade das mulheres é codificada na linguagem de tal modo que a igualdade seja inconsistente com feminilidade. Em apoio dessa análise estão os achados de que há muito mais palavras pejorativas nos vocabulários referentes às mulheres do que aos homens, e que as palavras assinaladamente femininas no vocabulário sistematicamente encerram uma conotação negativa (NYE, 1995, p. 207).

A linguagem seria mais uma maneira de dominação masculina na sociedade, que, inclusive, dificulta a fala da mulher. Ainda, Nye (1995) argumenta que não basta falar, já que a mulher, mesmo utilizando-se do vocabulário essencialmente sexista, não é ouvida ou compreendida. Os homens, por outro lado, aproveitam-se do lugar de fala, exercem o poder por mais esta via e têm nas mulheres seres ouvintes.

Nye (1995) exemplifica como ocorre o sexismo linguístico:

O exemplo mais freqüentemente criticado de sexismo lingüístico é o emprego genérico de “homem”. No caso, não é tanto que a linguagem codifique a inferioridade das mulheres enquanto valorize o que é masculino. “Evolução do homem”, “direitos do homem” e expressões semelhantes, todas indicam que ser propriamente humano é ser masculino. A objeção de que “homem” é um termo genérico não convence. Termos como *man* e *mankind* (homem e humanidade) funcionam porque um é masculino e o outro é genérico. Então a identificação pode ser feita entre o que é geral e masculino, ao passo que, ao mesmo tempo, quando necessário ou político, pode-se afirmar uma quimérica solidariedade. O uso genérico de pronomes masculinos completa essa estratégia, ao ampliar a implicação de masculinidade genérica, mesmo em casos em que o termo “homem” não é empregado explicitamente (NYE, 1995, p. 209).

Ou seja, nem a gramática está favorável às mulheres, tendo construção masculina e que acaba por perpassar também o campo semântico. Bourdieu (2004) frisa

que por não precisar de justificativa, a força da ordem masculina se torna evidente. Assim, “a visão androcêntrica⁹ impõe-se como neutra e não tem necessidade de se enunciar em discursos que visem a legitimá-la” (BOURDIEU, 2004, p. 22).

Outra forma de construir representações é por meio da imagem. Texto e imagem, não só na imprensa, mas em diversos meios, além das práticas culturais, acabam por auxiliar na formação e entendimento das relações de gênero. Também na imagem predomina a construção da mulher sob o olhar masculino. Conforme Bourdieu (2004),

O trabalho de construção simbólica não se reduz a uma operação estritamente performativa de nominação que oriente e estruture as *representações*, a começar pelas representações do corpo (o que ainda não é nada); ele se completa e se realiza em uma transformação profunda e duradoura dos corpos (e dos cérebros), isto é, em um trabalho e por um trabalho de construção prática, que impõe uma *definição diferencial* dos usos legítimos do corpo, sobretudo os sexuais, e tende a excluir do universo do pensável e do factível tudo que caracteriza pertencer ao outro gênero (...) (BOURDIEU, 2004, p. 40).

Ou seja, há todo um trabalho para que a diferença entre os corpos e, conseqüentemente, entre os gêneros, seja constantemente lembrada, a fim de que nenhuma ordem seja quebrada. De fato, os esquemas de pensamento binários são incorporados por todos, inclusive as mulheres, que acabam aplicando a toda realidade, assim como às relações de poder nas quais se envolve (Bourdieu, 2004).

Por isso, para o autor, a violência simbólica se dá quando o dominado (neste caso, a mulher) não tem outra alternativa senão aderir ao pensamento dominante, já que não há possibilidade de pensar a relação com ele. Ou seja, “quando os esquemas que ele põe em ação para se ver e se avaliar (...) resultam da incorporação de classificações, assim naturalizadas, das quais seu ser social é produto” (BOURDIEU, 2004, p. 56).

Essa força simbólica da qual o autor fala corresponde a uma forma de poder que não exige ou depende de coação física e que ocorre quase que como um “feitiço”. Azevêdo (2011) enxerga gênero enquanto representação de uma relação e, neste sentido, a mediação da imprensa acaba por refletir a diversidade de representações da sociedade. Por isso, a autora afirma que é importante revisar e investigar o papel da

⁹ Diz-se do entendimento do mundo por meio de uma perspectiva masculina ou do homem.

imprensa – neste caso, a local - a fim de compreender as práticas de significação, exercidas por meio das construções de representações.

4 PERCURSO METODOLÓGICO

O objetivo deste trabalho é analisar como se dá a construção da imagem da mulher no Jornal *Já*, impresso paraibano de cunho sensacionalista. Para isso, foram contabilizadas 46 matérias que têm a mulher como foco da narrativa e, destas, selecionadas as mais significativas em termos de representação da mulher. As matérias foram publicadas na editoria de Cidades dos meses de janeiro a junho de 2014.

De cada mês, foi escolhida uma semana inteira para a análise, que corresponde aos dias de segunda-feira a sábado (nos quais o jornal circula no estado). Em janeiro, foi escolhida a primeira semana do mês, em fevereiro a segunda semana, em março a terceira e assim sucessivamente até o mês de junho.

Após uma pesquisa exploratória do mês de janeiro do ano em questão, chegou-se a conclusão de que o período em destaque seria suficiente para o trabalho proposto. Como é possível visualizar no quadro I abaixo, das 46 matérias analisadas, 40 são classificadas como policiais, o que corresponde a 86,95% do total da amostragem.

QUADRO 2 – CLASSIFICAÇÃO DAS MATÉRIAS:

Matérias/Meses	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	TOTAL
Policial	4	9	8	4	8	7	40
Saúde					1		1
Celebridade					1		1
Política					1		1
Tragédia		1	1			1	3
Total	4	10	9	4	11	8	46

Fonte: MODESTO (2016)

Também é possível visualizar, por meio do quadro 2, que os meses nos quais foram publicadas mais matérias com foco na mulher foram maio (11), fevereiro (10) e março (9). Por sua vez, os meses nos quais menos matérias relacionadas à mulher foram

veiculadas pelo periódico foram junho (8), janeiro e abril, ambos com quatro notícias. Ainda, do total que compõe a amostragem, 12 matérias foram manchete do jornal, ou seja, tiveram destaque na edição daquele dia. Além disso, cinco matérias tiveram chamada na capa.

4.1 Análise de Discurso

Como metodologia, foi empregada a Análise de Discurso (cuja nomenclatura será abreviada para AD daqui por diante) que, segundo Pinto, “procura descrever, explicar e avaliar criticamente os processos de produção, circulação e consumo dos sentidos vinculados àqueles produtos na sociedade” (PINTO, 1999, p.7). A intenção da AD, segundo Orlandi (1999), é compreender a língua fazendo sentido, a língua no mundo, com maneiras de significar.

Para a autora, o texto enquanto objeto empírico tem começo, meio e fim. Entretanto, o discurso “caracteriza-se pela incompletude e, na perspectiva do discurso, o texto é lugar de jogo de sentidos, de trabalho da linguagem, de funcionamento da discursividade” (ORLANDI, 1999, p. 72). Enquanto a Análise de Conteúdo (ou AC) intenciona saber o que diz determinado texto, “a Análise de Discurso considera que a linguagem não é transparente. [...] A questão que ela coloca é: como este texto significa?” (ORLANDI, 1999, p. 17).

Orlandi (1999) explica que o estudo do discurso – da maneira como se concebe atualmente – teve início nos anos 1960 e três domínios do conhecimento relacionaram-se para a reflexão da AD: Linguística, Marxismo e Psicanálise. A autora explica que a Linguística afirma a não-transparência da linguagem.

Tal compreensão torna-se “fundamental para a Análise de Discurso, que procura mostrar que a relação linguagem/pensamento/mundo não é unívoca, não é uma relação direta que se faz termo-a-termo, isto é, não se passa diretamente de um a outro” (ORLANDI, 1999, p. 19). Entretanto, a AD considera o legado do materialismo histórico, de maneira que embora o homem faça a própria história, esta não lhe é transparente.

Além disso, a AD estuda forma e conteúdo, procurando compreender a língua como acontecimento. Dessa forma, a psicanálise adentra no sentido de deslocar a noção

de homem para sujeito. Orlandi (1999) lembra que, mesmo utilizando-se dos conceitos de três campos do conhecimento, a AD

Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele. [...] A análise de discurso, trabalhando na confluência desses campos de conhecimento, irrompe em suas fronteiras e produz um novo recorte de disciplinas, constituindo um novo objeto que vai afetar essas formas de conhecimento em seu conjunto: este novo objeto é o discurso (ORLANDI, 1999, p. 20).

Pinto (1999) destaca duas correntes de pesquisa do estudo do discurso: a francesa e a pragmática, com origens anglo-americanas. Segundo o autor, a tradição francesa teve como principais nomes Michel Foucault e Michel Pêcheux e tentou, desde os anos 1970, unir linguística e história numa mesma teoria.

A ideologia tem papel fundamental na AD, especialmente quando se consideram a produção e a reprodução dos sentidos sociais. Dessa forma, a tradição francesa da AD, “define os discursos como práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico, mas que também são partes constitutivas daquele contexto [...]” (PINTO, 1999, p. 17).

Já a tradição anglo-americana teve origem na Inglaterra, mas ganhou força nos Estados Unidos. O autor explica que, no território americano, a AD voltada ao pragmatismo “incorporou elementos da sociologia, da psicologia e da etnologia, prende-se mais ao empirismo e aos conceitos da psicologia do consciente” (PINTO, 1999, p. 17). Então, as análises oriundas desta tradição se utilizam de descrição da estrutura e do funcionamento interno de textos aliados a uma contextualização.

Os contribuintes desta tradição entendem a fala como ação, mas sendo originária no indivíduo e sem qualquer interferência externa, além de afirmarem que a fala seria “quase sempre conceptualizada em termos de estratégias adotadas conscientemente pelos falantes para atingir seus objetivos e intenções comunicativas” (PINTO, 1999, p. 18).

Dessa forma, o autor considera que tal visão subestima a falta de liberdade dos indivíduos que deriva de convenções sociais e superestima o fato de toda fala ser manipulada com propósitos estratégicos. Assim,

O conceito de discurso empregado pela análise de discursos anglo-americana oscila entre uma definição que opõe discurso e frase, como unidade

linguística constituída por uma sucessão de frases, e uma definição de discurso como uso (“jogos de palavras”) da linguagem verbal em contextos determinados (PINTO, 1999, p. 19).

Para trabalhar o conceito de discurso, Orlandi (1999) distancia-se do que pressupõe a tradição anglo-americana e entende que a AD não se resume a uma simples transmissão da informação, especialmente levando em consideração a linearidade proposta pelo esquema Emissor-Receptor. Para a autora,

[...] Eles estão realizando ao mesmo tempo o processo de significação e não estão separados de forma estanque. Além disso, ao invés de mensagem, o que propomos é justamente pensar aí o discurso. Desse modo, diremos que não se trata de transmissão de informação apenas, pois, no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação [...] Daí, a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores (ORLANDI, 1999, p. 21).

A linguagem, de acordo com Pinto (1999), é o ponto de partida da AD. Dessa forma, segundo explica, “é na superfície dos textos que podem ser encontradas pistas ou marcas deixadas pelos processos sociais de produção de sentidos que o analista vai interpretar. O analista de discursos é uma espécie de detetive sociocultural” (PINTO, 1999, p. 22).

Ou seja, o analista deve buscar (ou investigar) e interpretar os vestígios a fim de realizar uma contextualização do produto analisado. O autor esclarece que são três níveis de contextualização: situacional imediato, institucional e sociocultural mais amplo. Conforme explica, “a análise de discurso não se interessa tanto pelo que o texto diz ou mostra, pois não é uma interpretação semântica de conteúdos, mas sim em como e por que diz e mostra” (PINTO, 1999, p. 23).

Dessa forma, explica que “definir os discursos como práticas sociais implica que a linguagem verbal e as outras semióticas com que se constroem os textos são partes integrantes do contexto sócio histórico e não alguma coisa de caráter puramente instrumental, externa às pressões sociais” (PINTO, 1999, p. 24).

Pinto (1999) argumenta que, para a AD, todo texto é híbrido ou heterogêneo, por conter múltiplas vozes. Por isso,

Uma consequência especialmente desastrosa deste esquecimento para a análise de discursos é a aceitação do postulado da unicidade do sujeito como óbvio, isto é, de que o único responsável por todas as representações presentes num determinado texto é o indivíduo de carne e osso reconhecido socialmente como seu autor empírico. [...] Ao contrário do que estabelece o senso comum e algumas análises de discursos que tomam os textos ao pé da letra, não só não somos inteiramente responsáveis pelas representações que acreditamos fazer nos textos que produzimos, como também nem sequer somos os únicos responsáveis pelas representações que ali aparecem (PINTO, 1999, p. 26).

Maingueneau (2004, p. 52-55) aponta algumas características do discurso: organização situada para além da frase (mobiliza estruturas de outra ordem); ele é orientado (se desenvolve no tempo, de forma linear); é uma forma de ação sobre o outro; é interativo; é contextualizado; é assumido por um sujeito (indica quem é o responsável pelo que está sendo dito); é regido por normas; e é considerado no interior de outros discursos (ou interdiscursos).

Esclarece que há três tipos de contexto: o cotexto (sequências verbais encontradas antes ou depois da unidade a interpretar e que dependem da memória do intérprete); ambiente físico da enunciação (contexto situacional) e saberes anteriores à enunciação (nomes próprios, conhecimentos, avisos, etc).

4.2 Interdiscurso, esquecimentos e formação discursiva

Em relação ao discurso, a memória ganha características próprias e é tratada como interdiscurso. Isso significa que algo já foi dito antes por outra pessoa e em outro contexto situacional. Dessa forma o interdiscurso “disponibiliza saberes que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (ORLANDI, 1999, p. 31).

Ou seja, para a autora, nem as palavras nem o dizer são propriedades particulares. Acerca disso, Foucault (1999) afirma que “não há sociedade onde não existam narrativas maiores que se contam, se repetem e se fazem variar; fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que se narram, conforme circunstâncias bem determinadas” (FOUCAULT, 1999, p. 22).

Dessa forma, o autor não quer dizer que há de um lado uma categoria de discursos originais e criadores e, do outro, apenas aqueles que se repetem ou

reformulam, mas sim que ocorre um entrelaçamento e novos sentidos são criados em conformidade com o lugar de fala e com quem fala.

Para Orlandi (1999), todo dizer se dá por meio da memória e da atualidade (formulação). Assim, “o interdiscurso é todo o conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que dizemos” (ORLANDI, 1999, p. 33). O sentido só existe porque resulta de um processo de articulação histórico e de ideologia.

Conforme a autora, Pêcheux (1975) distingue dois tipos de esquecimento. O esquecimento número dois – da ordem da enunciação – diz respeito à impressão da realidade do pensamento. Dessa forma, entende-se que ao falar, fala-se de uma maneira e não de outra. Porém, durante uma análise, é possível perceber que o dizer sempre podia ser outro. Esse movimento de esquecimento é realizado de maneira alheia à consciência.

Orlandi (1999) explica que Pêcheux (1975) afirma que o esquecimento número um é da ordem da ideologia: por meio dele resulta o modo como se é afetado pela ideologia, o que ocorre na instância do inconsciente. Aqui, a ilusão é de ser a origem do que se diz, sem levar em consideração que o que ocorre, de fato, é uma retomada de sentidos preexistentes. Orlandi (1999) frisa que, ao nascer, os discursos já estão em processo.

Por isso, diz-se que o esquecimento é estruturante, já que ele constitui sujeitos e sentidos. Ainda, a autora explica a diferença entre paráfrase e polissemia:

Todo o funcionamento da linguagem se assenta na tensão entre processos parafrásticos e processos polissêmicos. Os processos parafrásticos são aqueles pelos quais em todo dizer há sempre algo que se mantém, isto é, o dizível, a memória. A paráfrase representa (...) a estabilização. (...) Ao passo que, na polissemia, o que temos é deslocamento, ruptura de processos de significação. Ela joga com o equívoco (ORLANDI, 1999, p. 36).

Assim, o discurso é produzido na tensão entre o mesmo e o diferente. A língua é sujeita ao equívoco enquanto a ideologia é um ritual suscetível a falhas, o que faz com que o sujeito signifique. Por isso, a incompletude é considerada uma condição da linguagem, fundamental no entendimento de que os sujeitos e os discursos não estão e nunca estarão prontos e acabados, assim como os sentidos.

Um conceito importante para a AD é o de formação discursiva. Já se sabe que os sentidos das palavras mudam de acordo com as posições de quem as emprega. Por isso,

de acordo com a autora, trata-se de uma noção básica, visto que permite compreender o processo de produção dos sentidos, como ele se relaciona com a ideologia e permite que o analista estabeleça regularidades no funcionamento do discurso.

Então, “a formação discursiva se define como aquilo que numa formação ideológica dada (...) determina o que pode e deve ser dito” (ORLANDI, 1999, p. 43). No caso do objeto de estudo desta pesquisa, o esperado é que a temática da violência prevaleça e que haja um uso excessivo de linguagem coloquial, gírias, expressões populares e duplo sentido. Sendo assim, a publicação pode dizer (e assim o faz) que, por exemplo, “bandidos roubam velhinhos no sertão” porque a formação discursiva – quer seja, o sensacionalismo – permite tal linguagem.

É dessa maneira que o sentido se realiza no discurso. As formações discursivas representam as formações ideológicas no discurso. Para a autora, “as palavras falam com outras palavras. Toda palavra é sempre parte de um discurso. E todo discurso se delineia na relação com outros: dizeres presentes e (...) que se alojam na memória” (ORLANDI, 1999, p. 43).

De acordo com Orlandi (1999), para Pêcheux (1975) o sentido é sempre uma palavra ou expressão por outra palavra ou expressão. Ou seja, é uma metáfora, no sentido de transferência entre os elementos significantes que se confrontam a fim de ficarem acobertados de sentido. Portanto, a autora esclarece que o trabalho do analista passa pela observação das condições de produção, verificação do funcionamento da memória para remeter a uma formação discursiva e, enfim, compreender o sentido do discurso.

4.3 Sujeito, enunciação e imagem

A problemática do sujeito em AD, de acordo com Pinto (1999), diz respeito à atribuição de responsabilidade por um texto. Um sujeito só pode fazer sentido enquanto inscrito numa formação discursiva. Ou seja, é um sujeito histórico e ideológico. Daí, surgem os estudos relacionados à enunciação. De acordo com o autor, “enunciação é o ato de produção de um texto e se opõe a *enunciado*, que é o produto cultural produzido, o texto materialmente considerado” (PINTO, 1999, p. 28).

Dessa forma, para a AD, cada texto pertence a um gênero de discurso. O autor explica que para cada gênero deve-se determinar o dispositivo de enunciação, que seria a busca pelos diferentes posicionamentos ideológicos presentes no discurso analisado. Os posicionamentos ideológicos ainda podem ser entendidos como posições enunciativas ou lugares de fala.

O emissor de um enunciado, conforme diz, pode evidenciar um ou mais enunciadores, que seriam “as posições discursivas a quem se creditam as representações copresentes no enunciado (...), e com as quais o emissor se identifica ou não (...)” (PINTO, 1999, p. 30). Ou seja, embora um mesmo discurso possa reunir várias vozes, o emissor pode ou não se identificar com o que diz. Quando há concordância ou identificação com o enunciado, o emissor é denominado sujeito da enunciação.

Maingueneau (2000) explica que enunciado “se opõe a enunciação da mesma forma que *o produto se opõe ao ato de produzir*; nesta perspectiva, o enunciado é a marca verbal do acontecimento, que é a enunciação” (MAINGUENEAU, 2000, p. 56). Já o termo texto é mais usualmente empregado em relação ao enunciado como um todo, no sentido de apreendê-lo.

O autor afirma que para depreender o sentido de determinado enunciado é preciso contextualizá-lo. O sentido não está ao redor do enunciado, de maneira que basta apenas ser especificado: ele é reconstruído por todo aquele que lê o enunciado. Assim, é preciso mobilizar diversos saberes, além dos gramaticais, a fim de compreender o sentido de determinado texto. Para o autor,

(...) Fora de contexto, não podemos falar realmente do sentido de um enunciado, mas, na melhor das hipóteses, de coerções para que um sentido seja atribuído à sequência verbal proferida em uma situação particular, para que esta se torne um verdadeiro enunciado, assumido em um lugar e em um momentos específicos, por um sujeito que se dirige, numa determinada perspectiva, a um ou vários sujeitos (MAINGUENEAU, 2000, p. 20).

A imagem, importante para esta pesquisa, também pode ser entendida como passível de análise. Conforme Pinto (1999), a AD defende que qualquer imagem deve ser considerada sempre como sendo um discurso, mesmo que isolada de qualquer outro sistema semiótico. Ele explica que “nas imagens encontramos intertextualidade, enunciadores e dialogismo, tal como nos textos verbais” (PINTO, 1999, p. 33).

Souza (2001) defende uma análise da imagem que também inclua o verbal e o não-verbal. Para a autora, quando se entende a imagem por meio do verbal, acaba-se por descrevê-la e traduzi-la, sem, no entanto, buscar o que a diferencia em termos de matéria visual. Dessa forma, o que se deve considerar é a constituição da imagem, a exemplo de cores, contrastes, luz e angulações, com a historicidade na qual ela se inscreve.

Neste sentido, diz que a palavra não pode jamais ser uma moeda de troca das imagens e, por isso, não é a sua relação com o verbo, mas a forma material que permite a sua existência. Além disso, a relação com o não-verbal não inviabiliza a possibilidade de leitura da imagem. Para a autora,

Propriedades como a representatividade, garantida pela referencialidade, sustentam, por um lado, a possibilidade de leitura da imagem e, por outro, reafirmam o seu status de linguagem. Não porque, dadas essas propriedades, se diga que a imagem também informa, comunica, e sim porque – em sua especificidade – ela se constitui em texto, em discurso (SOUZA, 2001, p. 70).

Dessa forma, o trabalho de interpretação da imagem se dá no entendimento de como ela se constitui em discurso e enquanto suporte de sustentação para discursos produzidos verbalmente. No caso do Jornal *Já*, o uso da imagem serve antes como forma de identifica-lo e diferencia-lo em relação às demais publicações impressas.

Entretanto, isso não reduz a importância dada à imagem pelo periódico, visto que ela também reforça ou até mesmo dá sentido diferente do dito textualmente, ao tempo em que cria o impacto buscado pela publicação.

No que concerne à mídia impressa especificamente, Pinto (1999) afirma que “em especial nas capas de revistas e na primeira página dos jornais, utiliza diversas técnicas de tratamento de imagens e diagramação para definirem posições enunciativas” (PINTO, 1999, p. 34). Ou seja, as imagens que logo entram em contato com o público-leitor são dispostas de maneira a causarem sentido mesmo sozinhas, sem o apoio textual (ou, neste caso, da manchete/título).

Também é possível entender que as imagens integram o jogo do dito e não-dito, especialmente pelo que escolhem mostrar – em oposição ao que não é mostrado ou propositalmente esquecido. Para Orlandi (1999), ao longo do dizer há diversos não-ditos

que também significam. No entanto, deve-se considerar apenas o não-dito para aquela situação específica e que, por sua vez, torna-se significativo.

4.4 Tipos de discurso

Em relação aos tipos de discursos e as relações entre eles, a autora destaca que para o analista o que mais interessa não é a classificação, mas o modo de funcionamento do discurso, assim como as condições de produção e a formação discursiva. Assim, a autora realizou a seguinte distinção: discurso autoritário, polêmico e lúdico.

Por discurso autoritário, entende-se como aquele que tem polissemia contida, enquanto o caráter parafrásico é mais evidente. Ou seja, preza-se pela linguagem imediata e prática, além de só haver um agente do discurso, que é quem fala (locutor). Assim, não há possibilidade de troca entre os interlocutores.

O discurso polêmico, por sua vez, é aquele que tem polissemia controlada e os interlocutores disputam os sentidos produzidos, ou seja, há um equilíbrio entre polissemia e paráfrase. Dessa forma, não há exagero nem do mesmo (paráfrase) nem do diferente (polissemia).

Por sua vez, o discurso lúdico é o que possui caráter amplamente polissêmico. A autora define como “uso da linguagem pelo prazer (lúdico) em relação às práticas sociais em geral, no tipo de sociedade em que vivemos, contrasta fortemente com o uso eficiente da linguagem voltado para fins imediatos, práticos, etc” (ORLANDI, 1983, p. 143).

Orlandi (1983) explica que os tipos de discurso não se referem apenas a quem fala, mas também a quem tais discursos são dirigidos, que, neste caso, ela considera interlocutores (ouvinte e locutor). Por isso, para definir um ou outro tipo de discurso, ela considera o movimento que se dá entre os locutores e qual é o sentido que resulta desse movimento.

Para esta pesquisa, o Jornal *Já* será considerado com predominância do discurso lúdico, visto que, conforme ressalta a autora, não há um discurso que seja puramente lúdico ou autoritário, por exemplo, mas que articula modos de dizer que se assemelham aos diferentes tipos, resultando num discurso heterogêneo. Ou seja, há uma tensão entre o parafrástico (mesmo) e o polissêmico (diferente).

4.5 Dispositivo de análise

Para investigar a temática pretendida por meio da AD, é preciso construir um dispositivo de análise. Em relação isso, Orlandi esclarece que “não há uma ‘chave’ de interpretação” (ORLANDI, 1999, p. 26), ou seja, há gestos de interpretação aliados aos dispositivos do analista que o tornam capaz de compreender determinado produto sob a luz da AD. Por isso, salienta que compreender se relaciona com o ato de saber como um objeto simbólico atua na produção de sentidos.

A autora destaca que “cada material de análise exige que seu analista, de acordo com a questão que formula, mobilize conceitos que outro analista não mobilizaria” (ORLANDI, 1999, p. 27). Cada uma reflete o que o pesquisador almeja com a análise e “desfeita a ilusão da transparência da linguagem, e exposto à materialidade do processo de significação e da constituição do sujeito, o analista retorna sobre sua questão inicial [...] gerindo a maneira como o analista deve referir os resultados da análise [...]” (ORLANDI, 1999, p. 27).

Sendo assim, a proposta de construção de um dispositivo de análise (ou dispositivo de interpretação) tem como característica buscar “aquilo que ele [o sujeito] não diz, mas que constitui igualmente os sentidos de suas palavras” (ORLANDI, 1999, p. 59). Por isso, a AD não tem a intenção de procurar o sentido “verdadeiro”, mas o sentido real, considerando as materialidades linguística e histórica.

O dispositivo tem como proposta explicitar os gestos de interpretação e, para isso, descrição e interpretação se relacionam a fim de resultar numa análise. Conforme a autora, a interpretação ocorre em dois momentos da análise: a interpretação do sujeito que fala e a do próprio analista introduzido na análise. Dessa maneira,

O que se espera do dispositivo do analista é que ele lhe permita trabalhar não numa posição neutra, mas que seja relativizada em face da interpretação: é preciso que ele atravesse o efeito de transparência da linguagem, da literalidade do sentido e da onipotência do sujeito. Esse dispositivo vai assim investir na opacidade da linguagem, no descentramento do sujeito e no efeito metafórico, isto é, no equívoco, na falha e na materialidade. No trabalho da ideologia (ORLANDI, 1999, p. 61).

O analista, assim, utiliza-se da teoria para buscar o sentido do objeto empírico em análise. Há uma mediação teórica permanente. O que se almeja é a exaustividade que considera os objetivos da análise em relação à temática. A análise começa no estabelecimento do corpus e organiza diante da natureza do material e da pergunta que o organiza. Por isso, é importante que haja uma mediação teórica constante.

Orlandi (1999) explica que o processo metodológico se dá, inicialmente, pela passagem do material bruto (ou superfície linguística) para o objeto discursivo (quando o corpus recebe uma análise superficial). Para que isso ocorra, há uma análise da materialidade linguística, que avalia o que se diz, como se diz e em que circunstâncias isso ocorre. “Com isso, procuramos dar conta do chamado esquecimento número dois (do domínio da enunciação) e que dá a impressão de que aquilo que é dito só poderia ser dito daquela maneira” (ORLANDI, 1999, p. 65).

Dessa forma, surge o modo de funcionamento do discurso e, conseqüentemente, a relação do discurso com as formações discursivas (que serão explicitadas mais adiante neste capítulo). Assim, “a análise de discurso tem um procedimento que demanda um ir-e-vir constante entre teoria, consulta ao corpus e análise. Esse procedimento dá-se ao longo de todo o trabalho” (ORLANDI, 1999, p. 67).

Numa segunda fase, atinge-se o processo discursivo, que é a passagem do delineamento das formações discursivas para a sua relação com a ideologia, permitindo a compreensão de como se constituem os sentidos do dizer. A paráfrase, metáfora e sinonímia constituem como a presença da historicidade na língua, conforme aponta a autora.

Os efeitos e articulações do discurso devem estar presentes na análise, de modo que o analista compreenda o deslocamento produzido pelo dispositivo de análise. Assim,

Efeitos materiais na história, deslizos, paráfrase, metáfora. Eis um conjunto de noções que sustentam a possibilidade da análise. Num retorno contínuo do objeto de análise para a teoria, num movimento constante de descrição e interpretação, o analista tece as intrincadas relações do discurso, da língua, do sujeito, dos sentidos, articulando ideologia e inconsciente (ORLANDI, 1999, p. 80).

No caso específico do objeto de estudo desta pesquisa, a pergunta que guia a análise é: que efeito de sentido o dito e o não-dito no discurso do Jornal *Já* acaba por

reforçar ou criar estereótipos em relação à mulher? A condição de produção é a mídia impressa num contexto de jornalismo sensacionalista.

Após delimitação do *corpus* da pesquisa, o material foi dividido em dispositivos de análise, considerados por esta pesquisa como elementos facilitadores da análise. Dessa forma, a nomenclatura tem efeito apenas didático e não impede que as matérias e manchetes analisadas sob determinado dispositivo tenham elementos que se encaixem nos demais. Os elementos visuais também foram objeto de investigação. Dessa forma, foram analisados:

4.5.1 Elementos da linguagem

Foram considerados elementos da linguagem o que caracteriza uma linguagem num jornal impresso como sensacionalista, a exemplo de gírias, figuras de linguagem, expressões populares e adjetivações.

4.5.2 *Fait divers*

Conceito anteriormente explicitado (ver capítulo 2), os *fait divers* são considerados importantes no sensacionalismo, principalmente por abarcar variados tipos de notícia. O uso desse tipo noticioso em publicações provoca sentidos que foram investigados pela pesquisa.

4.5.3 Acompanhamento

Foram assim denominadas pela pesquisa as matérias que retomavam notícias já publicadas pelo jornal. Também podem ser consideradas suítes, termo explicado no próximo capítulo.

4.5.4 Gêneros jornalísticos

A predominância de um ou outro gênero jornalístico no periódico acaba por contribuir para a produção de sentidos, principalmente na atribuição de importância de uma determinada temática.

4.5.5 Fontes de informação

As fontes de informação constituem categoria analítica no sentido de observar a quem o periódico recorre para dar sentido e revestir de credibilidade o material publicado.

4.5.6 Elementos visuais

As capas e a seção interna que traz mais informações das mulheres que figuram as capas do periódico sob a rubrica “Essa é demais!!!” foram analisadas especialmente no seu aspecto visual.

5 BONITINHA, MAS ORDINÁRIA: A MULHER CONSTRUÍDA PELO JÁ

5.1 O objeto de estudo: o Jornal Já

Nos anos 1980, o pesquisador e professor da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), Luiz Custódio da Silva, afirmou que a imprensa de João Pessoa dedicava a maior parte do espaço das notícias a fatos governamentais. Dessa forma, assuntos que tratavam diretamente das comunidades da cidade eram negligenciados.

Para o pesquisador, “esta dependência da imprensa de João Pessoa, com os setores governamentais, de uma maneira geral, tem provocado prejuízos aos conteúdos jornalísticos veiculados, quase sempre, distante dos reais problemas da comunidade (...)” (SILVA, 1984, p. 87).

A constatação partiu de conversas com jornalistas da capital paraibana, mas também foi fruto de uma pesquisa conduzida por estudantes do curso de Comunicação Social da época. Não é preciso realizar nova pesquisa para perceber que a dependência das empresas jornalísticas com setores políticos continua até os dias atuais, embora se possa dizer que os problemas da comunidade tenham ganhado um pouco mais de espaço nos impressos e televisivos locais.

Entretanto, esse nicho específico de aproximação com os temas e o cotidiano da comunidade parece ter sido uma lacuna preenchida pelo *Já*. O impresso começou a circular na Paraíba em maio de 2009, sendo o único jornal do tipo popular comercializado atualmente no estado. Trata-se de um tabloide diário pertencente ao Sistema Correio de Comunicação vendido no valor de R\$0,50 (cinquenta centavos – valor reajustado em fevereiro de 2014).

O público-alvo do impresso são as classes formadas por pessoas de renda mais baixa. No ano de lançamento do periódico, a tiragem diária era de 20 mil exemplares, chegando a ser mais vendido que o Jornal Correio – publicação de referência do Sistema Correio – em pelo menos três dias da semana, dependendo dos fatos noticiados. Os dados foram revelados pelo jornalista e então diretor geral de Jornalismo do Sistema Correio, Walter Galvão, em entrevista à jornalista Layse Veloso, em 2011, para o seu Trabalho de Conclusão de Curso de Comunicação Social (UFPB).

Internamente, o Jornal *Já* apresenta as seguintes divisões ou editorias: Super Notas, Cidades, Divirta-se, Telenotícias, Variedades, Classificados, Publicidade e Esportes. Em algumas edições, podem ser acrescentadas páginas específicas para assuntos como Emprego ou Cultura. Considerando as qualidades que as notícias devem ter para serem publicadas em jornais de cunho sensacionalista, é possível perceber que os valores-notícia estão explícitos conforme as seções editoriais do Jornal *Já*.

Das oito editorias fixas do periódico, seis podem ser consideradas de entretenimento. O conceito de entreter está relacionado ao divertimento, à distração, de modo que traga prazer a quem o busca. Amaral (2006) argumenta que “a relação do público com a mídia em geral baseia-se na fruição, que significa ‘usufruir satisfatoriamente de algo’, ‘gozar e utilizar’” (AMARAL, 2006, p. 63).

O *Já* possui características, além do preço acessível, que o difere dos demais jornais impressos comercializados no estado, a exemplo de linguagem excessivamente coloquial, com uso de gírias, duplo sentido, abuso de cores e imagens sensacionalistas em matérias policiais, esportivo e político, bem como a exploração da imagem feminina.

Assim, a publicação garante legitimação junto ao público-alvo por meio de sensacionalismo, com imagens e textos que as demais publicações impressas evitam. Em relação às capas, pode-se afirmar que os principais atrativos são as imagens, seja de violência explícita ou de quase nudez feminina.

De modo geral, pode-se dizer que toda a atenção do periódico concentra-se em três frentes: violência, esportes (com predominância do futebol) e apelo feminino. Apesar de também trazer conteúdos de utilidade pública, observa-se a tendência sensacionalista do Jornal *Já* por motivos tais como: a quantidade de manchetes relacionadas a futebol (duas, mesmo sem imagens ilustrativas), a imagem da mulher que ocupa quase toda a capa do periódico, e a imagem que contempla a matéria policial. Portanto, para fins deste trabalho, o periódico será considerado sensacionalista.

Em relação aos responsáveis pela produção do Jornal *Já*, foi considerado o corpo editorial do ano estudado, ou seja, 2014. O jornalista responsável no período era José Carlos dos Anjos Wallach e a editora executiva era Haryanne Arruda. Como editores, o jornal contava com os jornalistas Luiz Conserva (Cidades) e Juneldo Moraes (Esportes). Na parte gráfica, o jornal tinha Sebastian Fernandes como programador visual e Luiz

Carlos Costa e Klécio Bezerra como diagramadores. Por fim, a parte comercial ficava a cargo de Valterley Andrade e a industrial de Egídio Oliveira.

Quanto aos repórteres, não há como identificá-los, pois os materiais publicados não são assinados. As fotografias, quando não são reproduzidas da internet, podem ou não vir com a indicação do fotógrafo, geralmente integrante da equipe de fotojornalismo do Jornal Correio da Paraíba.

A falta de assinatura nas matérias e a inconsistência na identificação dos fotógrafos sugere que o *Já* esteja sendo alimentado por matérias do jornal de referência do Sistema Correio. O fato de funcionarem na mesma redação também contribui para essa sugestão.

Sobre esta questão, Walter Galvão afirma que “para que a equipe tenha a flexibilidade de redigir, editar e juntar várias formas narrativas, então, também optamos por não ter assinaturas com as exceções dos colunistas. A opção é de que os editores que assinaram são os responsáveis pelo texto” (VELOSO, 2011, p. 75). Ou seja, conforme diz, há uma tentativa de uniformizar o estilo dos textos publicados.

Galvão também foi o responsável pela elaboração e lançamento do *Já* que, à época, provocou reações de diversos setores da sociedade. Os estudantes do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), durante um debate com o jornalista, realizaram protestos contra a publicação, no primeiro semestre de 2009.

O jornalista conta que antes de lançar um periódico sensacionalista na Paraíba, foi feita uma pesquisa que identificou um nicho de mercado. Explica que

A pesquisa indicou que em Pernambuco, o que havia sido lançado lá, obteve sucesso. Em Manaus, Sergipe, Rio e em São Paulo, as grandes empresas jornalísticas estavam montando jornais populares. Então, o Sistema Correio, a partir dessa nova realidade do mercado, da presente década, da emergência desse tipo de publicação, o crescimento do poder aquisitivo das classes C e D e o fortalecimento do comércio para uma linha de produtos mais acessíveis e populares, identificou a possibilidade de termos um veículo desse tipo para que ficasse mais ou menos completa a oferta de publicações existentes na maioria das capitais (GALVÃO em entrevista para VELOSO, 2011, p. 74).

Foi um jornal criado para uma leitura rápida, contendo apenas o factual e sem uma reflexão em torno dos acontecimentos. Por isso, a escolha das pautas jornalísticas que vão se transformar nas notícias publicadas no periódico tem como base os fatos da

cidade que mais chamem a atenção, seja interesse público ou interesse do público, conforme diz Galvão em entrevista para Veloso (2011).

Em relação ao foco em notícias de violência, o jornalista afirma que “é sempre é um ponto polêmico nesse tipo de publicação. Há um sentido óbvio e explícito de dramatizar o acontecimento com foco na linguagem clássica do sensacionalismo” (GALVÃO em entrevista para VELOSO, 2011, p. 76). Ou seja, é na escolha pelas notícias de crimes, assassinatos e tragédias que o jornal exerce a exacerbação da emoção ao tempo em que busca uma função irônico-provocativa da linguagem.

Ao participar da criação de uma publicação deste tipo, Galvão estava ciente de que receberia numerosas críticas – como assim ocorreu. De fato, há preconceito em relação ao *Já* principalmente por cometer desvios em relação ao que se entende como o jornalismo de boa qualidade deve ser feito. Dessa forma, as principais críticas derivam pelo não estabelecimento de historicidade, contexto e interpretação dos fatos noticiados.

Em relação à exploração das imagens do *Já*, o jornalista explica que

A exposição, por exemplo, de um corpo ensanguentado, que já aconteceu no *Já* e hoje não acontece, como no primeiro trimestre de experimentação de contato com o público. A crítica a essa exposição tem a ver com o padrão de dignidade que é moral e legítimo. O jornal quando quebra esse padrão, exibindo um corpo, ele compõe uma tradição histórica que é de informar o brutalismo do fato, como um fato em si, além de ser um acidente, o acidente foi nesse nível. Nós, do jornal *Já*, não estamos querendo romper padrões, queremos prestar um serviço e sabemos que há determinados serviços que são moralmente criticados por setores da sociedade (GALVÃO em entrevista para VELOSO, 2011, p. 77).

Assim, ele entende que a exposição da violência como ela realmente ocorreu está mais ligada à questão da brutalidade e de mostrar o que outros veículos se recusam a publicar. Além disso, em comparação com os prejuízos e efeitos negativos que a bebida provoca, o jornalista acredita que o jornal *Já* seria bem menos prejudicial. Ainda, Galvão afirma que o público-alvo do periódico não tem prática de leitura e que, a partir do *Já*, o acesso foi concedido, despertando para a busca pela informação.

Em relação ao uso das cores, na referida entrevista, Galvão esclareceu que elas são planejadas, com predominância de tons de cinza, vermelho, laranja, azul, amarelo e o preto como suporte. Ou seja, a opção é pelas cores quentes, conhecidas por despertar e estimular o aspecto visual, principalmente nas capas.

Ainda, sobre a publicação de mulheres seminuas nas capas, Galvão afirma que “o foco no futebol, nas celebridades ou fofocas, como também nas celebridades do mundo da beleza, busca atingir o público masculino com a proposta de popularizar essas publicações” (GALVÃO em entrevista para VELOSO, 2011, p. 79). Assim, para ele, dar visibilidade ao corpo das celebridades que ganham a vida com isso não seria uma coisificação do corpo da mulher, mas teria o objetivo de popularizar a publicação.

As imagens são compradas de *sites* reúnem ensaios sensuais de celebridades. Galvão conclui explicando que “a exposição da mulher melancia, da *popozuda* do ano, das pernas mais malhadas ou da que venceu a corrida de *top less* formam um espaço editorial para a popularização do foco das celebridades que erotizam a comunicação através do corpo” (GALVÃO em entrevista para VELOSO, 2011, p. 79).

Pelo menos duas pessoas estudaram o periódico na UFPB no nível da pós-graduação, conforme foi verificado por meio de pesquisa no banco de teses e dissertações da Capes. A jornalista Andreza Gomes Pereira defendeu em 2014 a dissertação com o título “Violência, interesse do público e sensacionalismo: uma análise das estratégias de sedução no jornal impresso paraibano *Já*”. Ela integrou o Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

No trabalho, foram identificados os sentidos produzidos na construção da narrativa do *Já* no tocante à violência física e suas implicações. Para isso, foram discutidos os conceitos de jornalismo popular, interesse público, sensacionalismo, violência e fotojornalismo. A metodologia utilizada pela autora foi a da Análise de Conteúdo.

Em 2015, a estudante da primeira turma do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB, Amanda Carvalho de Andrade, defendeu a dissertação cujo título é *Cartografia do Já sob a ótica dos gêneros jornalísticos: análise do diário paraibano e o debate sobre gêneros na atualidade*. Como o título explicita, a autora abordou a questão dos gêneros jornalísticos, tendo como principal contribuição os escritos de Lia Seixas (2009).

A investigação também contou com o levantamento bibliográfico de estudiosos como José Marques de Melo (2006) e Manuel Chaparro (2009). Para isso, ela discutiu conceitos como os de sensacionalismo, jornalismo popular, critérios de noticiabilidade e

produção da notícia jornalística. A metodologia utilizada foi a de Análise de Conteúdo e a codificação de gêneros proposta por Lia Seixas (2009).

Por sua vez, no âmbito da graduação, pelo menos dois trabalhos sobre o *Já* podem ser encontrados no estado. Um deles, apresentado em 2011, foi feito pela jornalista Layse Veloso, intitulado “Imprensa sensacionalista e seus recursos: uma análise do jornal *JÁ* da Paraíba” para conclusão de curso no campus I da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). A jornalista abordou o sensacionalismo no periódico, trabalhando noções de jornalismo popular, *fait divers* e sensacionalismo para identificar as estratégias de sedução do jornal *Já*.

Em 2013, a jornalista Carina Alves Dourado apresentou o trabalho “Sexo e Sangue nas Bancas: uma análise do design do jornal *JÁ*” como conclusão do curso de Jornalismo no campus I da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). No trabalho, a graduada também tratou dos conceitos de sensacionalismo e jornalismo popular de autores como Angrimani (1999) e Amaral (2006), especialmente utilizando como objeto as manchetes e capas do periódico. O discurso imagético também foi abordado no trabalho.

5.2 As matérias no *Já*

A análise do objeto de estudo – o Jornal *Já* – contempla elementos visuais e textuais no período de janeiro a junho de 2014 e visa buscar os estereótipos de gênero que são reforçados ou criados nas matérias e imagens publicadas pelo periódico. Para isso, o material selecionado foi dividido em dispositivos de análise, a saber: elementos da linguagem, *fait divers*, acompanhamento, gênero jornalístico e fontes de informação.

A temática do trabalho é investigada na editoria de Cidades, visto que ela pretende abarcar variados temas do cotidiano, a exemplo de notícias policiais, infraestrutura e meio ambiente, serviços governamentais, educação, saúde, entre outros. Embora tenha um número menor de páginas em comparação com a editoria de Esportes, a de Cidades se localiza nas primeiras páginas do periódico, reforçando a importância dos temas tratados por meio do posicionamento em relação às demais editorias existentes.

Para a investigação também foi necessário quantificar os elementos a fim de evidenciar determinados aspectos sensacionalistas utilizados como forma de provocar sensações no leitor e estereotipar a imagem da mulher, como apresentado no quadro abaixo:

QUADRO 3 – MATÉRIAS POLICIAIS:

Temática/Meses	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN	TOTAL
Assassinato (da mulher)	2	2	3		5	2	14
Assassinato (cometido pela mulher)		1	1		1		3
Tentativa de homicídio	1		2	1	1	1	6
Estupro		2	1				3
Tráfico de drogas/posse		3				1	4
Prisão		1					1
Acidente		1	1				2
Sequestro				1			1
Contrabando	1		1	1			3

Fonte: MODESTO (2016)

A partir disso, pode-se inferir que o assassinato de mulheres possui alto valor-notícia no Jornal *Já*. Além disso, os crimes de assassinato, tentativa de homicídio e estupro estão fortemente relacionados à assimetria de gênero ainda forte na sociedade brasileira. Entretanto, após análise do material, verificou-se que dentre os três tipos, 14 estão relacionados à violência urbana, enquanto oito possuem histórico de violência doméstica.

A socióloga Zaluar (1999) explica que o termo violência deriva do latim *violentia* e remete a vis enquanto força, vigor ou emprego de força física. Tal força torna-se violência quando

(...) ultrapassa um limite ou perturba acordos tácitos e regras que ordenam relações, adquirindo carga negativa ou maléfica. É, portanto, a percepção do limite e da perturbação (e do sofrimento que provoca) que vai caracterizar o ato como violento, percepção essa que varia cultural e historicamente (ZALUAR, 1999, p. 28).

Quando essa violência aparece nos limites das cidades, normalmente em forma de delinquência (a exemplo de roubo, sequestro, entre outros), homicídios dolosos e crimes ligados ao tráfico de drogas, é considerada do tipo urbana. Em relação à violência doméstica, é comum associar o termo apenas ao emprego da violência física cometida por um companheiro ou ex-companheiro.

Entretanto, o texto da Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340/2006) esclarece que não só companheiros, mas aquele que mantiver uma relação íntima de afeto com a vítima, a exemplo de madrasta, padrasto ou cunhado, também pode cometer violência doméstica. Em seu artigo 5º, a lei diz que “configura violência doméstica e familiar contra a mulher qualquer ação ou omissão baseada no gênero que lhe cause morte, lesão, sofrimento físico, sexual ou psicológico e dano moral ou patrimonial”.

Isso pode dar margem para duas implicações, pelo menos. A primeira diz respeito à vulnerabilidade da mulher, que está exposta a todo tipo de violência: dentro ou fora de casa. Outra possível leitura é a de que embora tenha divulgação devido ao forte apelo emotivo, a violência doméstica ainda é um tema considerado tabu na imprensa e, conseqüentemente, no espaço público.

Um dado que corrobora esse pensamento é extraído da pesquisa *Tolerância social à violência contra as mulheres*, divulgada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) em 2014, cujo resultado mostra que, entre os entrevistados, 63% concordaram, total ou parcialmente, que “casos de violência dentro de casa devem ser discutidos somente entre os membros da família”; 89% tenderam a concordar que “a roupa suja deve ser lavada em casa”; e 82% que “em briga de marido e mulher não se mete a colher”.

5.3 Dispositivos de análise

5.3.1 Os elementos da linguagem no *Já*

No discurso jornalístico de impressos populares, a oralidade é bem marcada nas manchetes. Além disso, também é possível encontrar elementos que evidenciem

hipérboles e metáforas populares de efeito. Dessa forma, percebe-se no *Já* uma tendência para o impacto e tentativa de provocar sensações no leitor por meio das manchetes, com a presença frequente de figuras de linguagem, expressões populares, gírias, contrações e adjetivações.

Figura 1: Exemplo de elementos da linguagem no *Já*



Frequentemente, as manchetes são as responsáveis por dar o tom humorístico à notícia veiculada pelo *Já*. Por sua vez, as matérias se apresentam com texto simples, facilmente inteligível para o público-alvo e sem apegos à linguagem formal. Assim, o periódico garante o cumprimento das estratégias sensacionalistas, reafirmando seu lugar de fala e o contrato com o leitor por meio do vínculo com o universo social e cultural do público. Em relação à mulher, tais estratégias acabam gerando a manutenção de estereótipos, especialmente por meio das manchetes.

Dias (2008) também frisa que a moral machista está profundamente arraigada nas classes populares da sociedade do país. Para a autora, “a leitura de um jornal popular nos confirma a situação de inferioridade, de submissão, de humilhação em que ela [a mulher] se encontra na comunidade” (DIAS, 2008, p. 144).

5.3.1.1 Adjetivação

O ato de adjetivar é entendido, no contexto do objeto de estudo, como a ação de estabelecer ou caracterizar qualidade a algo, ser humano, objeto, animal ou local. Ou

seja, é dar um atributo ou característica. Na matéria publicada no dia 12 de fevereiro, na página 03, o adjetivo foi encontrado no corpo da notícia.

Ao explicar o motivo da morte da vendedora do título, o texto diz: “Na época, dois pistoleiros foram contratados por outras três comerciantes por R\$3 mil para dá apenas um susto na concorrente delas, mas a dupla acabou matando Maria de Fátima, que era muito *desinibida* como vendedora e causava inveja às concorrentes”.

Dessa forma, é possível perceber o envolvimento do narrador (invisível, pois a matéria não é assinada) por meio da adjetivação. Conforme explica Dias (2008), trata-se de uma forma de exacerbar ainda mais o fato descrito a fim de provocar sensação no leitor.

Figura 2: Exemplo de adjetivação

PRESO ACUSADO DE TER LIGAÇÃO COM MORTE DE VENDEDORA

O Grupo Tático Especial da Polícia Civil de Sousa, no Sertão paraibano, prendeu José Adriano Ferreira de Sousa, conhecido como “Cigano de Adelson”. A pri-

são aconteceu por na Cidade de Nazarezinho. Ele é acusado de participar do assassinato da comerciante cajazeirense Maria de Fátima Siebra, 48 anos, no dia

20 de outubro de 2012.

Na época, dois pistoleiros foram contratados por outras três comerciantes por R\$ 3 mil para dá apenas um susto na con-

corrente delas, mas a dupla acabou matando Maria de Fátima, que era muito *desinibida* como vendedora e causava *invejas* às concorrentes.

Na matéria, também é possível perceber o estereótipo da rivalidade entre as mulheres. A morte da vítima foi encomendada porque as outras vendedoras se incomodavam com a aptidão dela para vendas. Assim, recai sobre o senso comum das mulheres invejosas e que não se sentem felizes com o sucesso das outras mulheres.

Na tese *E a mídia criou a mulher: como a TV e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero*, Machado (2006) explica que o desenho animado *As Três Espiãs Demais* trabalha um conjunto de atributos das personagens: a rivalidade feminina, traição e tolice. De acordo com a autora, eles se inscrevem na mesma formação discursiva, quer seja, a da falibilidade do caráter da mulher.

A questão da rivalidade feminina no desenho animado, segundo a autora, é trabalhada de modo a insistir na “impossibilidade de companheirismo [entre as mulheres], particularmente quando um homem está envolvido na história” (MACHADO, 2006, p. 200). A autora, durante a análise do desenho animado, percebeu que “a solidariedade e a amizade entre mulheres foi completamente ridicularizada. (...)”

Há um embate das representações tradicionais: ser espiã ou ter qualquer outro trabalho não muda a essência das mulheres” (MACHADO, 2006, p. 203).

Ou seja, mesmo tratando-se de um objeto no qual a rivalidade se dá por causa de um homem, é possível aplicar o mesmo princípio ao material encontrado no *Já*, visto que o que ocorre é apenas a mudança da afeição das mulheres. Quando se aborda a matriz da rivalidade feminina, o que se frisa é o sentido do ódio irracional e a capacidade de se cometer golpes baixos por causa disso, reiterando um discurso de vilania e de representação do lado obscuro da humanidade que historicamente é atribuído às mulheres.

Assim como o desenho animado, a matéria, guardadas as devidas proporções, vislumbra essa representação negativa feminina. Machado argumenta que “não importa o fato das mulheres terem dado demonstrações nas últimas décadas de que são capazes de se igualar em força e coragem aos homens” (MACHADO, 2006, p. 204-205), pois, em determinadas representações, o que se vê é que as mulheres frequentemente demonstram irresponsabilidade e insanidade.

O estereótipo da rivalidade entre as mulheres também incide na questão da inveja, constantemente atribuída às mulheres, como se os homens não fossem capazes de tal sentimento. Acerca disso, a autora Kolbenschlag (1991) afirma que a inveja pode ser sentida por homens e mulheres. Dessa forma, o sentimento surgiria no meio de pessoas iguais ou que são quase iguais, sendo um fenômeno de proximidade social. Neste caso, todas eram vendedoras e uma, ao se destacar, despertou a inveja das companheiras.

Neste sentido, conforme a autora, “para muitas mulheres, a vida se torna uma gangorra, oscilando entre os próprios impulsos invejosos e o medo de provocar inveja alheia” (Kolbenschlag, 1991, p. 91). Assim, a questão do “medo do sucesso” das mulheres pode ser melhor descrita como “culpa por ser desigual”, o que acaba por provocar reações como raiva e insegurança ou outras mais extremas, a exemplo da morte da mulher da matéria analisada.

Todo esse sentimento de rivalidade e inveja é reforçado pela forma como a notícia é retratada: como se fosse uma narrativa ficcional. Este é mais um artifício, segundo Dias (2008), utilizado por publicações sensacionalistas. O tom de ficção fica mais evidente no último parágrafo, quando se inicia com o termo “na época (...)”. A

partir daí, a notícia se assemelha mais a uma história do que a um fato objetivo sendo relatado, inclusive contando com uma reviravolta (“mas a dupla acabou matando...”).

5.3.1.2 Figura de linguagem

Entende-se como figura de linguagem os recursos utilizados para realçar a mensagem que se quer transmitir. Como exemplo de figura de linguagem existe a metáfora, que consiste no emprego de uma palavra com o significado de outra contanto que exista uma relação de semelhança entre as duas. É uma comparação subentendida.

Outros exemplos são a hipérbole, que se caracteriza pelo exagero intencional ao expressar determinada ideia, o eufemismo, que é a suavização de termos considerados desagradáveis, e a ironia, que diz respeito à inversão de sentidos por meio da afirmação de algo contrário ao que se pensa. Todos os exemplos citados são amplamente encontrados no *Já*, que encontra nas figuras de linguagem uma forma de dar mais expressividade ao seu texto e sensacionalizar os fatos noticiados.

A matéria publicada no dia 13 de fevereiro, na página 3, intitulada “‘Pariu’ crack aos nove meses de gravidez”, é um exemplo do uso de metáfora que acaba por dar um tom lúdico à manchete da página. A notícia trata de uma jovem de 22 anos que, ao ir visitar o marido preso num presídio de João Pessoa, levou drogas escondidas na vagina:

Pressionada pelo marido que está preso por tráfico de drogas, uma jovem de 22 anos passou por um grande constrangimento, ontem, no presídio Sílvia Porto, em Mangabeira, na Capital. Grávida de quase nove meses, a jovem foi abordada durante o horário de visita íntima e inicialmente chegou a negar que estivesse portando pedras de crack e maconha na vagina. A droga estava acondicionada em preservativos. O diretor do presídio, major PM Lima, conversou com a acusada e revelou que uma pessoa havia telefonado informando que ela estaria no presídio para entregar droga para o marido. A jovem negou a acusação, mas aceitou ir para a maternidade Frei Damião, em Cruz das Armas, para ser examinada. Antes de ser atendida pela médica de plantão a jovem confessou que estava com cerca de 40 gramas de crack na parte íntima, mas não tinha como expelir sozinha pelo fato de a barriga estar muito grande. Com o auxílio da equipe médica, a droga foi retirada da vagina da jovem (‘Pariu’ crack aos nove meses de gravidez. Jornal *Já*, 13/02/2014)

Em referência à mulher, o uso do verbo parir não é usualmente empregado, sendo mais utilizadas expressões que amenizem o tom do verbo, a exemplo de “dar à luz” ou “ter um bebê”. Ou seja, o uso de parir para mulheres é considerado quase como se fosse algo escatológico ou animalesco. No caso relatado por meio da matéria analisada, não ocorre o parto de um bebê, mas de algo considerado sujo e repulsivo: drogas.

Também é possível relacionar o verbo parir a expelir ou expulsar algo do corpo, o que reporta ao objeto expelido pela mulher. Era um objeto também indesejado e que ela estava carregando contra a vontade. Isso fica claro quando a matéria conta que “ao ser ouvida pelo diretor do presídio, a jovem disse que não teve outra saída senão correr o risco porque seu marido é usuário e precisava ter acesso à droga”.

Ao frisar que ela expulsou algo que foi obrigada a carregar, algo sujo e indesejado e que ainda por cima causou “grande constrangimento” à jovem, a matéria acaba traçando um comparativo entre a situação de muitas jovens que engravidam sem querer e que, por causa disso, arcam com todo o ônus da situação. Por um lado, a matéria tenta dar justificativas para o ato da jovem ao contar que ela foi “pressionada” a levar as drogas e que isso resultou num constrangimento para ela.

Por outro, rechaça a vítima ao fazer uso de um termo que, na linguagem popular, é associado ao escatológico. O uso do *da aspa inglesa* na palavra *pariu* também serve como uma forma de reforçar a expressividade do verbo. Dessa forma, a metáfora é bastante eficiente ao fazer a analogia entre o estado da mulher (grávida) e a forma como a droga foi retirada do seu corpo (numa maternidade), quase como algo animalesco.

Assim, o título explora a violência por meio da sátira. Acerca do uso de aspectos grotescos ou humorísticos em matérias policiais, Dias (2008) afirma que

O toque de humor à fatalidade das tragédias leva os leitores (...) a contactar com uma violência filtrada pela comicidade, o que, do ponto de vista de alguns críticos, institui a violação de princípios éticos que asseguram respeito ao ser humano e ao seu sofrimento, seja ele agressor, vítima ou audiência (DIAS, 2008, p. 100).

Os fatos de a mulher ter sido obrigada a levar as drogas para o marido e de não conseguir retirá-la sozinha, uma vez que a gravidez já estava bastante avançada, foram satirizadas pelo tom cômico dado ao título.

Figura 3: Exemplo 1 de figura de linguagem

JÁ **CIDADES** Paraiba, 13 de fevereiro de 2014 | **3**



'PARIU' CRACK AOS NOVE MESES DE GRAVIDEZ

JOVEM DE 22 ANOS É FLAGRADA COM DROGAS ENTRE AS PERNAS EM PRESÍDIO

Pressionada pelo marido que está preso por tráfico de drogas, uma jovem de 22 anos passou por um grande constrangimento, ontem, no presídio Sílvia Porto, em Mangabeira, na Capital. Grávida de quase nove meses, a jovem foi abordada durante o horário de visita íntima e inicialmente chegou a negar que estivesse portando pedras de crack e maconha na vagina. A droga estava acondicionada em preservativos. O diretor do presídio, major PM Lima, conversou com a acusada e revelou que uma pessoa havia telefonado informando que ela estaria no presídio para entregar droga para o marido.

A jovem negou a acusação, mas aceitou ir para a maternidade de Frei Damião, em Cruz das Armas, para ser examinada. Antes de ser atendida pela médica de plantão a jovem confessou que estava com cerca de 40 gramas de crack na parte íntima, mas não tinha como expelir sozinha pelo fato de a barriga estar muito grande. Com o auxílio da equipe médica, a droga foi retirada da vagina da jovem.

Marido cumpre pena por tráfico

O Marido da jovem grávida foi condenado na comarca de Monteiro, no Cariri paraibano e cumpre pena no Sílvia Porto. Ao ser ouvida pelo diretor do presídio, a jovem disse que não teve outra saída senão correr o risco porque seu marido é usuário e precisava ter acesso à droga. De acordo com o major Lima, logo que chegou ao presídio a jovem foi chamada para uma sala porque já havia informação de ela tentaria entrar no presídio com droga.

FOTOS: EMERSON MACHADO

Outro exemplo de figura de linguagem é encontrado na manchete “Calcinha com recheio de dinheiro”, publicada no dia 21 de abril, na página 5, que aborda a prisão de estrangeiras que aplicavam golpes em lojas paraibanas. Dessa forma, o título associa um substantivo de natureza culinária à quantidade de dinheiro e local onde foi encontrado.

A palavra *recheio* pode ser considerada uma metáfora para indicar um local que esteja cheio ou preenchido de alguma coisa. Neste caso, a calcinha da mulher estava preenchida com dinheiro. Disso, também se pode supor que a calcinha é um local que acondiciona algo comestível, visto que recheio lembra comida. DaMatta (2012) argumenta que o código da comida, assim como os desdobramentos morais que dele decorrem, é muito importante na sociedade brasileira.

Tais códigos acabam por ajudar a “situar também a mulher e o feminino no seu sentido talvez mais tradicional. Comidas e mulheres, assim, exprimem teoricamente a sociedade, tanto quanto a política, a economia, a família, o espaço e o tempo, em suas preocupações e, certamente, em suas contradições” (DAMATTA, 2012, p. 1). O autor explica que há uma oposição entre cru, que filosoficamente representaria o selvagem, e cozido, que corresponderia ao socialmente elaborado.

Neste sentido, “o cru seria tudo que está fora dessa área da casa onde somos vistos e tratados com amor, carinho e consideração, podendo – conseqüentemente – escolher a comida. Ou seja, o cru é tudo aquilo que está fora do controle da casa” (DAMATTA, 2012, p. 2), enquanto que o cozido diz respeito a algo social, que está dentro de casa.

Além disso, o autor também argumenta que há distinção entre alimento e comida. Dessa forma, “comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se” (DAMATTA, 2012, p. 3). Ou seja, alimento é algo que nutre, enquanto comer é nutrir-se de forma prazerosa, com o que se gosta.

Em relação às mulheres o autor explica que

Assim, a mulher que põe à disposição do grupo (da família) seus serviços domésticos, seus favores sexuais e sua capacidade reprodutiva tornam-se a fonte de virtude que, na sociedade brasileira, se define de modo pastoral e santificado. É a virgem, a esposa e a mãe que reside nas casas e que jamais é comida ou poderá virar comida: presa fácil de homens que se definem como sexualmente vorazes. (...) Ora, a mulher da rua, essa que é a comida de todos, é algo muito diferente (...). Em contraste com a mãe, a virgem e a boa esposa, ela surge como aquela mulher que pode literalmente causar indigestão nos homens, provocando a sua perturbação moral. (...) O fato é que as comidas se associam à sexualidade, de tal modo que o ato sexual pode ser traduzido como um ato do “comer”, abarcar, englobar, ingerir ou circunscrever totalmente aquilo que é (ou foi) comido. A comida, como a mulher (ou o homem, em certas situações), desaparece dentro do comedor – ou do comilão. Essa é a base da metáfora para o sexo, indicando que o comido é totalmente abraçado pelo comedor (DAMATTA, 2012, p. 4).

Logo, a mulher não passaria de uma “comida”, termo frequentemente associado ao ato sexual. Aqui, é possível encontrar o estereótipo que liga a mulher à sexualidade. De acordo com Dias, “a malícia popular sempre confundiu a mulher e a fêmea” (DIAS, 2008, p. 145).

Figura 4: Exemplo 2 de figura de linguagem



5.3.1.4 Gíria

Com o título “Caiu da moto e foi morta por busão”, a matéria, publicada no dia 15 de fevereiro, na página 4, relata um acidente de trânsito no qual uma mulher teve a cabeça esmagada pelo pneu de um ônibus ao cair de uma moto. Um homem dirigia a moto e foi apenas ferido. Na linguagem gíria, busão refere-se a ônibus.

Figura 5: Exemplo de gíria



A gravidade do acidente sofrido pela vítima é minimizada no título da matéria por meio do uso da gíria “busão”. O uso da gíria nesse contexto se justifica pelo efeito de sentido que se quer passar, ou seja, o da busca por um humor ácido. De acordo com Dias, “o emprego da gíria na linguagem não quer dizer, de forma alguma, que deixe de haver – como se poderia pensar a princípio – uma falta de elaboração na redação da notícia” (DIAS, 2008, p. 87). Ou seja, ao utilizar uma gíria para se aproximar do leitor, isso é feito de maneira proposital e a provocar uma reação, geralmente de humor.

A autora explica que os periódicos populares costumam utilizar metáfora gíria, “aquela que consiste em designar uma coisa por uma de suas qualidades, um de seus aspectos conhecidos como permanente e essencial” (GIRAUD apud DIAS, 1966, p. 55) e que encontram no humor uma maneira de produzir melhor efeito sobre os leitores.

Sendo assim, o uso da gíria acaba provocando um efeito de minimização da tragédia, o que o corpo da notícia, no entanto, não dá seguimento, conforme pode ser lido:

Uma mulher morreu ao ter a cabeça esmagada por um ônibus na manhã de ontem no bairro de Oitizeiro, em João Pessoa. Um homem ficou ferido no acidente. O trecho onde ocorreu o acidente foi no início da BR-101. Segundo informações da Polícia Militar, o casal vinha em uma motocicleta no sentido Oitizeiro/Distrito Industrial, quando um carro teria fechado a moto e o guidão bateu no ônibus, o que fez o piloto perder o equilíbrio e cair. O transporte coletivo não teve como evitar o acidente e passou por cima da cabeça da mulher. O homem foi socorrido por uma ambulância do Samu para o Complexo Hospitalar de Mangabeira, o Trauminha. De acordo com

enfermeiros, ele não corre risco de morte (Caiu da moto e foi morta por ônibus. *Jornal Já*, 15/02/2014)

O verbo “esmagado”, que se encontra no corpo da notícia e foi usado para dizer o modo como a mulher foi morta, reforça o aspecto violento da notícia e do acidente em si. Ainda, o título da notícia simplifica o ocorrido, como se a mulher tivesse caído por descuido dela. Somente ao ler a matéria é que se descobre que a mulher apenas teve o infortúnio de estar no lugar errado e na hora errada, quase como uma ação da ironia do destino. Essa também é uma maneira comum de mostrar a violência em jornais de cunho sensacionalista.

5.3.1.5 Contração

A matéria intitulada “Fedeu pro lado de mulher” apresenta contração no título (para + o), conforme destacado na figura abaixo:

Figura 6: Exemplo de contração

**FEDEU PRO LADO
DE MULHER**

A matéria encaixa-se no tema policial e explica que a esposa de um dos presos da Penitenciária Padrão de Campina Grande, durante uma revista íntima, foi flagrada com dois celulares e uma bateria na vagina. O título utiliza de gíria/metáfora (“fedeu”) e uma forma monossilábica reduzida (“pro”), que indicam uma tentativa de reprodução do discurso oral “para melhor se aproximar da pronúncia do povo”, conforme frisa Dias (2008, p. 74). O uso de “fedeu” pode sugerir duas interpretações.

A primeira diz respeito ao uso do termo como gíria para indicar que um plano não deu certo ou falhou. Assim, o fato de a mulher não ter conseguido entrar no presídio com os objetos que seriam entregues ao marido significa que ela não foi bem sucedida em sua intenção. Por outro lado, o termo também faz referência ao local onde os objetos ilícitos foram encontrados: a vagina.

Aqui, encontramos outro estereótipo de gênero: o da relação entre a vagina da mulher e o suposto mau cheiro. Numa tentativa de utilizar o termo de forma pejorativa, também sugere que a vagina da mulher é um local sujo por conter objetos que não deveriam estar ali e também por estar fazendo algo errado, reforçando, assim, uma característica bastante difundida pelo senso comum.

Bourdieu (2014) explica que a definição social dos órgãos sexuais resulta de uma construção que salienta as diferenças e obscurece as semelhanças, tendo o princípio masculino tomado como medida de todas as coisas. Além disso, a cintura representa, para a mulher de maneira mais marcada, o limite simbólico entre o puro e impuro. O autor frisa que

[A cintura] simboliza a barreira sagrada que protege a vagina, socialmente constituída em objeto sagrado, e, portanto, submetido, como o demonstra a análise durkheimiana, a regras estritas de esquiva ou de acesso, que determinam muito rigorosamente as condições do contato consagrado, isto é, os agentes, momentos e atos legítimos ou, pelo contrário, profanadores (BOURDIEU, 2014, p. 31).

Em resumo, a vagina se constitui socialmente como fetiche, sendo tratada como algo sagrado, a ser mantida em segredo, tabu. Ainda, conforme diz o autor, as características que descrevem a vagina como algo perigoso e até mesmo maléfico derivam do fato de ela ser considerada o inverso do falo, também vista como vazia.

5.3.2 *Fait divers*

O termo *fait divers* corresponde a toda notícia que não necessariamente seja de interesse público, mas que desperte curiosidade, a exemplo de tragédias e desastres. Dessa forma, as notícias assim classificadas estão mais relacionadas ao interesse do público, ou seja, com o que provoca sensações, pavor e estejam mais alinhadas à subjetividade.

Para este dispositivo, foram selecionadas matérias cujo teor de violência foi considerado alto devido à crueldade do crime cometido. Além disso, também foram avaliadas matérias de violência contra a mulher cujo histórico do crime remete à violência doméstica ou urbana – o que não significa dizer que tais crimes foram menos

cruéis do que os demais. Tal categorização foi feita apenas com fins didáticos, a fim de auxiliar na compreensão da análise proposta.

Conforme Pedroso (2001), o *fait divers*, que é uma notícia excepcional, porém insignificante e sem durabilidade, também contém “os tipos sociais, dramatizados narrativamente, que representam o lugar de evasão e o ritmo da informação angulados pelo nível massa” (PEDROSO, 2001, p. 51). Dessa forma, a leitura do conteúdo grotesco, excepcional, erótico ou violento serve à liberação da fisionomia dos sonhos, desejos e temores dos leitores.

A primeira matéria que se encaixa na temática *fait divers* tem como título “Mulher é assassinada e tem a cabeça decepada” e subtítulo “Crime bárbaro aconteceu no Valentina, em João Pessoa”. Parte da notícia pode ser lida abaixo:

A polícia ainda tenta identificar uma mulher, que aparenta ter entre 25 e 30 anos de idade, encontrada morta a golpes de arma branca, na madrugada de ontem, em uma estrada que dá acesso ao Vale do Gramame, após o conjunto Valentina de Figueiredo. A vítima teve a cabeça decepada e pendurada em uma cerca de arame farpado, criando uma cena que se assemelhava a filmes de terror. Um cachorro, que parecia pertencer à vítima, ficou todo o tempo ao lado do corpo e teria tentado defender a mulher, por ter um corte em uma das patas. O corpo foi encontrado pouco depois de meia noite, por um homem que mora em uma granja próximo, que passava de moto pelo local. A testemunha contou para a polícia que tomou um susto quando o pneu dianteiro da moto topou no corpo, fazendo com que ele perdesse o controle da moto e por pouco não caiu sobre o mesmo. Passo o susto, o motoqueiro telefonou para o Centro Integrado de Operações Policiais (Ciop) para comunicar o fato (Mulher é assassinada e tem a cabeça decepada. Jornal *Já*, 21/03/2014).

Vê-se que o jornal não economiza nos detalhes do crime, satisfaz a mórbida curiosidade do leitor, ao trazer, inclusive, a informação de que um cachorro ficou ao lado do corpo da mulher, como se estivesse protegendo-o. Por ter sido manchete do jornal, a matéria é bastante explorada e ganha destaque, tendo sido publicada na página 3 e ocupado quase que a totalidade da folha. Trata-se, conforme Barthes, de uma causalidade, já que ocorre uma perturbação, um efeito provocado por uma causa desconhecida.

A escolha do verbo decepar logo no título reforça a crueldade e o grotesco da história. O detalhamento de como o corpo foi encontrado (“cabeça decepada e pendurada em uma cerca de arame farpado”), o horário (“pouco depois da meia noite”), a localização distante e remota, o inusitado fato de um cachorro ter permanecido ao lado

do corpo, mesmo machucado, e a falta de identificação da vítima torna toda a história narrada quase ficcional.

Dessa forma, ocorre uma invisibilidade da vítima e foca-se no horror do crime, privilegiando o sensacionalismo da notícia, como é esperado de um periódico dessa linha editorial. O que ocorre é uma visibilidade do enunciador, conforme explicado por Pedroso (2001). A autora explana que o enunciador deixa “pistas” do seu envolvimento na produção da notícia, com o uso de palavras ou expressões consideradas parasitas.

Elementos como o uso de adjetivos (“crime bárbaro”) e expressões metafóricas (“criando uma cena que se assemelhava a filmes de terror”) auxiliam nessa impressão. São tantos detalhes do horror do crime que uma representação da mulher ficou em segundo plano, sendo completamente suplantada pelo *fait divers*.

Desse modo, de acordo com a autora, “o jornalista é o mediador entre o leitor e o acontecimento” (PEDROSO, 2001, p. 84). O enunciador manifesta-se no discurso em dois níveis, segundo a autora: primeiro, na descrição detalhada do que foi visto pelo jornalista e também na fala direta ou indireta de outras pessoas; segundo, o uso de traços temporais que dão sequência à narrativa de forma que ela se desenvolva num ritmo regular. Assim, é criado um falso efeito de objetividade na notícia além de uma ilusão de suspense, pois já se sabe o que aconteceu.

Figura 7: Exemplo 1 de *Fait Divers*

Outra matéria categorizada como *fait divers* teve como título “Homem bota fogo em mulher que não aceitou dançar” e também se encaixa como uma causalidade perturbada, pois uma causa desconhecida provoca o efeito da ação. O título, que traz uma expressão popular (“bota fogo”) consegue se aproximar do público por meio da linguagem coloquial. Entretanto, ela exprime toda a violência pela qual a mulher foi submetida especialmente quando se conecta ao motivo: a simples recusa de uma dança:

A jovem Vanessa Pereira da Silva, de 23 anos, sofreu queimaduras no final da tarde de domingo quando um homem jogou álcool em seu corpo e ateou fogo. Vanessa estava com um grupo de amigos em um bar no bairro Cuba de Baixo, na cidade de Sapé, na Zona da Mata paraibana, quando foi atacada. O homem chamou Vanessa para dançar, mas ela não aceitou o que o irritou. Vanessa estava sentada e foi surpreendida pelo acusado, que jogou álcool sobre ela e depois ateou fogo. Vanessa foi socorrida pelos colegas para o Hospital Distrital de Sapé, mas devido a gravidade das queimaduras foi removida para o Hospital de Trauma de João Pessoa. De acordo com informações do capitão Batista, o homem fugiu, mas a polícia já o identificou e a qualquer momento pode prendê-lo (Homem bota fogo em mulher que não aceitou dançar. *Jornal Já*, 18/03/14).

Figura 8: Exemplo 2 de *Fait divers*

A história, assim, confirma que as representações dos dois sexos não são consideradas simétricas. Ao recusar a dança, a mulher acaba sendo vítima de um homem que se acha no direito de possuir o corpo dela simplesmente por ser homem. O ato de queimar a mulher, numa tentativa de submetê-la não apenas a uma grande dor física imediata, mas que vai seguir até o fim de sua vida como um lembrete do que pode acontecer quando “um homem se contraria”, torna-se uma grande tentativa de demonstração de poder.

De acordo com Bourdieu (2004) homens e mulheres têm ponto de vista bastante diferente no que concerne a relação amorosa, sendo que “na maior parte das vezes (é) pensada pelos homens com a lógica da conquista (...), mas também porque o ato sexual em si é concebido pelos homens como uma forma de dominação, de apropriação, de ‘posse’” (BOURDIEU, 2004, p. 36).

A matéria mostra que o repórter apela para o discurso sensacionalista do fato por meio de variação sinonímica que, conforme Dias (2008), diz respeito ao uso de sinônimos de uma palavra. Neste caso, o processo ocorre com o verbo queimar: “bota fogo”, “sofreu queimaduras” e “ateou fogo”. Isso significa que o narrador, ao utilizar tal variação linguística, não tenta apenas tornar o texto menos repetitivo, mas aumentar o efeito desejado, que é o de sensacionalizar a história.

Ainda, a notícia é escrita de forma a ficcionalizar o fato, tornando-a uma narrativa cujo redator acaba se envolvendo. Essa é outra estratégia sensacionalista e que

fica clara na frase “O homem chamou Vanessa para dançar, mas ela não aceitou o que o irritou”.

A vítima é tratada na matéria como uma pessoa que sofreu uma grande violência e o que ocorre é tão grave que não ocorre uma *culpabilização* da vítima, mas uma tentativa de empatia, que é repassada ao leitor. A imagem de chamas que ilustra a matéria como plano de fundo reforça ainda mais a violência cometida.

No que concerne ao tema violência doméstica, que também foi incluído no dispositivo *fait divers*, uma matéria que chamou a atenção foi a intitulada “Paraibana degolada pelo marido em São Paulo”. No subtítulo “Crime ocorreu no apartamento da família na cidade de Barueri e o acusado está foragido”, percebe-se a oralidade do texto no nível discursivo.

A matéria foi manchete de página e do jornal. O título e subtítulo concentram as informações da crueldade do crime, que vai ser pouco detalhado na matéria, assim como ocorreu em outras matérias publicadas no periódico:

Figura 9: Exemplo 1 de violência doméstica

JÁ **CIDADES** Paraiba, 11 de fevereiro de 2014 | 3

PARAIBANA DEGOLADA PELO MARIDO EM SÃO PAULO

CRIME OCORREU NO APARTAMENTO DA FAMÍLIA NA CIDADE DE BARUERI E O ACUSADO ESTA FORAGIDO

Uma paraibana foi vítima de um crime bárbaro na cidade Barueri, interior de São Paulo. Maria Irandir Lopes, de 51 anos, foi assassinada e degolada na noite de domingo em seu apartamento. O marido dela está foragido e é principal acusado do crime. Maria Irandir é natural de Cajazeiras e residia com a família no Bairro Popular na zona norte de Barueri.

A mulher residia em São Paulo há mais de 20 anos. Irandir era mãe de três filhos. Irandir e o marido tinha uma relação conturbada e a vítima sofria muitas humilhações. No domingo, quando estava sozinha em seu apartamento, Maria Irandir foi degolada a facadas. O corpo de Maria Irandir foi sepultado ontem à tarde no cemitério público de Barueri.



FOTO: CÉLIO DO SERTÃO

Por ter ocorrido em outra cidade, o fato de a vítima do crime ter sido uma paraibana aproxima o leitor pelo personagem que envolve, como explica Amaral (2006). A autora diz que “um fato será notícia na imprensa popular se puder ser narrado de maneira a ficar próximo ao leitor. É a retórica da autenticidade, muito própria dos produtos populares” (AMARAL, 2006, p. 64).

É possível, ainda, afirmar que há uma atenuação em relação ao contexto do crime. A matéria cita que o relacionamento entre vítima e algoz era “conturbado” e que ela sofria “muitas humilhações” como possíveis justificativas para o ato cometido. No entanto, ao reduzir a violência doméstica sofrida pela vítima a tais termos, tem-se a impressão de que não se tratava de algo grave e que a morte aconteceu quase como um acidente.

No trecho “No domingo, quando estava sozinha em seu apartamento, Maria Irandir foi degolada a facadas”, é visível ver o tom “acidental” que se dá ao assassinato. Esse tom que também revela uma aproximação ao tom ficcional acaba afastando a história da realidade da mulher, quase como se a violência doméstica fosse algo que não pertencesse ao mundo vivido aqui. Trata-se de mais uma violência que a mulher sofre ao ter sua história transformada em ficção para atender a um modelo de jornalismo sensacionalista.

A segunda matéria relacionada à violência doméstica também foi a manchete do jornal. Trata-se do caso de um homem que foi preso acusado de estuprar a irmã de 12 anos com um diferencial: a convivência da mãe. O título não diz nada sobre a mãe da garota, mas o subtítulo traz a seguinte informação: “Moradores denunciam que ele mantinha relação sexual com a mãe adotiva em Sapé”.

Ao destacar esse fato, a intenção do jornal fica bastante clara: representar a mãe da vítima negativamente e como culpada. Pôr em evidência o fato de que a mulher mantém relação sexual com o filho adotivo significa que ela pode ser capaz de algo pior, já que tal atitude por si só seria moralmente condenável.

Um homem de 30 anos vivia maritalmente com a própria mãe e despertava curiosidade na cidade de Sapé, na Zona da Mata paraibana. Na última quinta-feira, Adriano da Silva, conhecido como ‘Bel’, de 30 anos, foi alvo de notícia, não por sua relação incestuosa e sim sob acusação de estupro contra uma irmã, de 12 anos. Segundo informações da polícia, a mãe da menina vivia maritalmente com ele. A mulher, de 60 anos, adotou Adriano quando ele era criança, mas passou a se relacionar como esposa antes de Adriano estava completar a maioridade. A denúncia de estupro contra a garota foi levada ao conhecimento da polícia através de uma vizinha. A mãe da garota foi levada para delegacia acusada de encobrir o crime e saiu em defesa de Adriano, em vez de dar apoio à filha. A notícia do abuso sexual logo se espalhou pela cidade e um grupo de moradores ameaçou a agredir a mãe da garota por não defender a filha (Homem é preso acusado de estuprar irmã. *Jornal Já*, 22/03/14).

Trata-se de uma relação que já acontecia há bastante tempo e que “despertava curiosidade” entre os moradores da cidade. Abordar uma relação incestuosa como “curiosidade” também é uma tentativa de ficcionalizar a história. No entanto, o que prevalece nesta notícia é, como indica Dias (2008), o julgamento do mundo.

O caso revolta a população da cidade de Sapé, como a matéria indica no trecho “um grupo de moradores ameaçou a agredir a mãe da garota por não defender a filha”. Segundo a autora, abordar problemas das classes populares pode provocar um efeito de catarse¹⁰ e “esse sentido catártico que a notícia assume contribui para aliviar as pressões não sublimadas” (DIAS, 2008, p. 128).

Dessa forma, ao afirmar que a mulher apoia o filho/marido em vez de apoiar a verdadeira vítima, ou seja, a filha, o texto alude a um comportamento que a mulher, enquanto mãe, deve ter. Para o jornal, o subtexto induz à representação de que a mãe deve proteger os filhos e, neste caso, o mais grave foi encobrir o crime cometido, o que mostra que a mulher falhou duas vezes: em não proteger a filha e em não denunciar o criminoso.

Kolbenschlag (1991) comenta sobre a existência de um mito da maternidade, que projeta expectativas em relação a como uma mãe deve ser e se portar socialmente, provando sempre sentir amor incondicional pelos filhos ao satisfazer suas necessidades e serem mães exclusivas, o que gera frustração.

A estudiosa explica que, assim como nos contos de fadas, a tendência é dividir a imagem materna em duas partes: uma boa e provedora, que seria a mãe real, e outra má, destrutiva e incapaz de amar um filho. Dessa forma, “a ‘mãe boa’ corresponde de fato a uma introjeção do mito, enquanto a ‘mãe má’ é uma avaliação fantasiosa das limitações da mãe real, uma projeção de nossos próprios medos” (KOLBENSCHLAG, 1991, p. 73).

Assim, o mito da mãe cria uma série de valores e expectativas que são impostas à mulher. Conforme a autora, “o efeito esmagador da mitologia é o de perpetuar expectativas extraordinárias por parte dos filhos e uma culpa monstruosa nas mães” (KOLBENSCHLAG, 1991, p. 70). Ou seja, nem as mães confiam em si mesmas enquanto tal e os filhos acabam comprovando essa inadequação em relação ao papel

¹⁰ Remete a um estado de libertação psíquica que o ser humano experimenta quando consegue superar algum trauma ou opressão.

desempenhado, assim como os demais membros da sociedade que vigiam de perto a conduta das mães.

Figura 10: Exemplo 2 de violência doméstica

4 | Paraiba, 22 de março de 2014
CIDADES

HOMEM É PRESO ACUSADO DE ESTUPRAR IRMÃ

**MORADORES DENUNCIAM
QUE ELE MANTINHA
RELAÇÃO SEXUAL COM A
MÃE ADOATIVA EM SAPÉ**



Um homem de 30 anos vivia maritalmente com a própria mãe e despertava curiosidade na cidade de Sapé, na Zona da Mata paraibana. Na última quinta-feira Adriano da Silva, conhecido como 'Bel', de 30 anos, foi alvo de notícia, não por sua relação incestuosa e sim sob acusa-

ção de estupro contra uma irmã, de 12 anos. Segundo informações da polícia, a mãe da menina vivia maritalmente com ele. A mulher, de 60 anos, adotou Adriano quando ele era criança, mas passou a se relacionar com como esposa antes de Adriano estava completar a maioridade.

População ameaçou agredir a mulher

A denúncia de estupro contra a garota foi levada ao conhecimento da polícia através de uma vizinha. A mãe da garota foi levada para delegacia acusada de encobrir o crime e saiu em

defesa de Adriano, em vez de dar apoio à filha. A notícia do abuso sexual logo se espalhou pela cidade e um grupo de moradores ameaçou a agredir a mãe da garota por não defender a filha.

Vizinha gravou depoimento da menina

Segundo o delegado de Sapé, Fred Magalhães, uma vizinha havia gravado o depoimento da garota e resolveu acionar o Conselho Tutelar, que iniciou as investigações do caso. O abuso aconteceu na última segunda-feira e garota fugiu para casa de vizinhos. A dona da casa conversou com a garota e gravou seu depoimento para em seguida acionar o Conselho Tutelar.

Para não ser preso, Adriano fugiu

e somente na quinta-feira é que foi localizado e preso em um matagal nos arredores da cidade.

A mãe da garota foi transferida para o presídio Bom Pastor, em João Pessoa, acusada de conivência. Adriano está recolhido no presídio de Sapé. Um exame de conjunção carnal na garota foi realizado na segunda-feira no Instituto de Polícia Científica (IPC) de Guarabira.

Outra matéria relacionada à violência doméstica e que também foi manchete do jornal e consequentemente a matéria mais importante do dia teve como título “Advogada baleada em apartamento”. A vítima estava em casa com o namorado quando, após uma discussão, ele atira em seu rosto. Vizinhos ligam para a polícia, que já a encontra sozinha e a leva para o Hospital de Trauma da Capital.

O namorado, principal suspeito do caso, está foragido. A polícia investiga o caso e procura o acusado. Do ponto de vista legal, a polícia está agindo. No entanto, a atenção dada ao caso – que repercutiu bastante, conforme será visto no dispositivo Acompanhamento – acaba por suscitar a pergunta: qual mulher recebe mais atenção no *Jornal Já?*

As mortes oriundas da violência doméstica, no periódico, tendem a ganhar mais atenção do que as demais notícias de cunho policial, seja por meio de manchetes de capa ou de página. Quanto mais cruel for a morte, a exemplo da esposa do policial que foi morta a facadas ou a paraibana degolada em São Paulo, maior destaque terá. Entretanto, em comparação com os casos citados, esse não pode ser considerado especialmente cruel. Dessa forma, resta inferir que o valor-notícia deste caso foi a importância social da vítima, já que se trata de uma advogada.

Azevêdo (2011) afirma que “o fenômeno da violência de gênero passar a ser caracterizado como fato social que acontece no mundo inteiro, atinge mulheres de todas as idades, graus de instrução, classes sociais, raças, etnias, orientação sexual” (AZEVEDO, 2011, p. 60-61). No entanto, conforme depoimento da então coordenadora do *Centro da Mulher 8 de Março*, Valquíria Alencar, à pesquisadora Sandra Raquew Azevêdo, a violência contra a mulher na Paraíba tem um aspecto peculiar.

Afirma que “(...) a classe social, juntamente com, vamos dizer, as profissões, os espaços sociais das vítimas ou dos agressores contribuíram para que isso (a violência contra a mulher) viesse à tona com um grande clamor público” (AZEVEDO, 2011, p. 66). Dessa forma, esse depoimento, guardadas as devidas proporções, corrobora o entendimento de que a posição social ou profissão da vítima vai contribuir para uma maior ou menor intensificação na cobertura da imprensa.

Figura 11: Exemplo 3 de violência doméstica



No subtema violência urbana, a primeira matéria, publicada no dia 8 de janeiro, aborda o caso de uma mulher que sofreu uma tentativa de homicídio. A vítima era acusada de aliciamento de jovens menores de idade para prostituição e estava sendo investigada pela polícia civil. Enquanto *fait divers*, pode ser entendida como uma coincidência:

Joérica Souza Wenslofe, 34 anos, foi internada no Hospital de Emergência e Trauma de João Pessoa, após ser baleada na noite de segunda-feira (6), no Centro da Capital. A mulher já vinha sendo investigada como suspeita de

aliciar uma adolescente de 13 anos para programa sexual com um empresário do ramo de panificação no bairro de Tambaú. O flagrante ocorreu no dia 17 de dezembro de 2012. De acordo com informações do 1º Batalhão de Polícia Militar, Joérica Souza foi atingida com um disparo de arma de fogo no abdômen na comunidade Mulungu, na Rua da República. O suspeito, segundo a polícia, a tentativa de homicídio seria um dos líderes do tráfico de drogas da comunidade (Acusada de aliciamento sofre atentado. *Jornal Já*, 08/01/2014)

O título “Acusada de aliciamento sofre atentado” já indica que não se trata de uma mulher comum ou inocente que sofreu um atentado, mas de alguém que conhece o mundo do crime, pois é investigada pela polícia. A história do crime sofrido pela vítima se confunde com a do crime supostamente cometido por ela e um terceiro delito (o uso de drogas ilícitas) é acrescentado à lista a fim de apontar os motivos pelos quais a mulher foi baleada.

São dois movimentos realizados pela matéria: o primeiro é o de *culpabilizar* a vítima, enquanto o verdadeiro culpado é apenas citado superficialmente. O nome do possível responsável por atirar na mulher sequer é dito, sendo referido apenas como “um dos líderes do tráfico de drogas da região”, enquanto a vítima tem seu nome completo e idade divulgados já na primeira linha da matéria.

Percebe-se que, após a informação do nome da vítima, idade e o que aconteceu, já se segue o fato de que ela era investigada pela polícia. De acordo com Azevêdo (2011), tal visão estereotipada, encontrada em matérias que relatam crimes contra a mulher e que insinuam uma cumplicidade da mulher na violência sofrida, “pode ser compreendida como um recurso comum na construção de uma imagem social das mulheres vítimas de violência, na qual é uma constante um julgamento moral na condução dos fatos” (AZEVEDO, 2011, p. 119).

O segundo movimento seria o da ironia. Conforme Dias (1997), há uma tendência nos noticiários popularescos em mistificar fatos e dramas do cotidiano, a ponto de criar um sentido para além da violência. Sendo assim, quem comete um crime estaria envolvido numa ação da ironia do destino. Para a autora, “nesse sentido, o crime propriamente dito não interessa tanto quanto interessam as circunstâncias que o envolvem, tais como especificidades referentes à vida dos envolvidos, ao local, à hora etc.” (DIAS, 1997, p. 3).

Dessa forma, é possível compreender porque a matéria dá mais atenção ao histórico criminoso da vítima do que ao crime propriamente dito. O intertítulo¹¹ (“Delegada suspeita de tráfico”) ao mesmo tempo em que traz um possível motivo para o atentado, também destaca a ironia da circunstância que envolve a vítima, que também pertence a um mundo perigoso.

Figura 12: Exemplo 1 de violência urbana

ACUSADA DE ALICIAMENTO SOFRE ATENTADO



FOTO DIVULGAÇÃO

Joérica Souza Wenslofe, de 34 anos, foi internada no Hospital de Emergência e Trauma de João Pessoa, após ser baleada na noite de segunda-feira (6), no Centro da Capital. A mulher já vinha sendo investigada como suspeita de aliciar uma adolescente de 13 anos para programa sexual com um empresário do ramo de panificação no bairro de Tambaú. O flagrante ocorreu no dia 17 de dezembro de 2012. De acordo com informações do 1º Batalhão de Polícia Militar, Joérica Souza foi atingida com um disparo de arma de fogo no abdômen na comunidade Mulungu, na Rua da República. O suspeito, segundo a polícia, a tentativa de homicídio seria um dos líderes do tráfico de drogas da comunidade.

Delegada suspeita de tráfico

Segundo a titular da Delegacia de Crimes Contra da Infância, Joana D' Arc, a mulher já prestou depoimento sobre a exploração sexual envolvendo a menor de idade e foi indiciada pelo crime. O inquérito policial está sendo presidido pela delegada Andréia Melo. Tanto a Joérica quanto o empresário foram indiciados pelo envolvimento com a e vão responder na Justiça. A delegada Andreia Melo continua colhendo depoimentos de testemunhas para finalizar o inquérito – comentou Joana D' Arc, acrescentando que o atentado estaria relacionado ao tráfico já que a vítima é usuária de droga.

Outra matéria na qual a violência urbana tem o aspecto ressaltado traz o título “Mulheres reconhecem acusado de estupro”, que tem a ilustração de uma mulher atacada por duas pessoas. A matéria relata que quatro mulheres foram vítimas do estupro, que ele dirigia uma Kombi de entregas de supermercados e assim atacava as vítimas. A polícia conseguiu encontrar o homem depois de dois meses de investigação, quando uma das vítimas anotou a placa da Kombi.

Percebe-se nesta notícia o cuidado com a identidade das vítimas e com a apuração do fato, além de evitar ao máximo termos tipicamente sensacionalistas, a exemplo de hipérboles ou duplo sentido e gírias. No entanto, a fonte policial foi a única procurada para contar a história, não havendo depoimento de vítimas ou avaliação de especialista. A ilustração que acompanha a matéria reforça o conteúdo violento da notícia.

Ainda ocorre a invisibilidade do tema e das vítimas na matéria, já que o estupro é pouco problematizado e a dedicação se voltou apenas ao fato policial. No mini-manual

¹¹ Trata-se de título curto utilizado para destacar determinado tema dentro de uma matéria, além de facilitar a leitura ao dividir o texto em blocos

de Jornalismo Humanizado, as organizadoras da ONG Think Olga explicam que o estupro é um dos crimes mais subnotificados principalmente porque as mulheres têm grandes chances de serem *culpabilizadas* pelo crime.

Por isso, é importante quando, em matérias que abordem o estupro, haja uma mudança de angulação em relação ao modo como a notícia é construída. A formação discursiva de atenuação do crime cometido ou até mesmo de machismo, especialmente por meio de pistas discursivas que apontam para uma indicação de que a mulher provocou o crime contra si mesma, deve ser combatida. No caso da matéria analisada, o simples fato de o título ter a palavra “acusado” já é o suficiente para levantar dúvidas em relação à ação do homem, ao depoimento das mulheres e, portanto, facilitar sua absolvição.

Figura 13: Exemplo 2 de violência urbana

MULHERES RECONHECEM ACUSADO DE ESTUPRO

Após dois meses de investigação, a Delegacia Especializada de Atendimento a Mulher (Deam) de João Pessoa conseguiu prender, na noite de segunda-feira, um homem suspeito de ter abusado sexualmente de quatro mulheres em bairros da Capital. Das quatro mulheres, apenas três decidiram dar continuidade no processo.

A delegada da Mulher, Vanderleia Gabi, revelou que Cleuton de Brito Batista Júnior, 21 anos, usava uma Kombi para abordar as vítimas. “Ele era entregador de um supermercado de Cruz das Armas. Quando ia entregar as mercadorias ele abordava as vítimas tanto na Praça de Cruz das Armas como no bairro das Indústrias, Novais onde ele morava e Jardim Planalto”, informou.

O primeiro registro de uma das vítimas foi dia 21 dezembro, segundo informou a delegada Máissa Félix. “Depois outras mulheres vieram à delegacia apontando as mesmas característi-

cas. Apenas uma senhora de 63 anos, que estava muito nervosa, não conseguiu lembrar do acusado. Ele ameaça as vítimas e forçava elas a masturbá-lo ou praticar sexo oral. Uma terceira vítima conseguiu anotar a placa e foi nesse momento que a investigação avançou e conseguimos prendê-lo”, afirmou.



A terceira matéria encontrada que é decorrente da violência urbana tem o título “Mãe é morta no lugar do filho”. O subtítulo traz mais detalhes sobre o assassinato: “Adolescente foge pelo quintal e dupla mata sua mãe em Santa Rita”. O mais interessante nessa matéria, no entanto, está no início do primeiro parágrafo, que diz: “As estatísticas de violência contra as mulheres não param de crescer na Paraíba. Neste ano já são 28 casos de mortes”. Continuando:

(...) A vítima mais recente foi Ana Cristina dos Santos, assassinada na noite de terça-feira por homens que procuravam seu filho, um adolescente de 16 anos. O crime aconteceu na casa dela, por volta das 20h, no Distrito de Lerolândia, em Santa Rita. De acordo com o 7º Batalhão de Polícia Militar, em Santa Rita, Ana Cristina foi morta no lugar do filho quando os dois homens chegaram de moto na frente da casa a procura do adolescente, mas ele conseguiu fugir pela porta da cozinha antes da casa ser invadida. Revolta com a fuga do jovem, a dupla matou Ana Cristina a tiros. A polícia não revelou os motivos pelos quais a dupla estava a procura do adolescente (Mãe é morta no lugar do filho. *Jornal Já*, 08/05/14).

As matérias no periódico de cunho sensacionalista costumam ser breves e não trazem informações contextualizadas. Além disso, a manchete frequentemente resume o fato, enquanto a matéria não aprofunda o que já foi dito e, tal fato percebe-se por meio da repetição. Assim, quando uma matéria traz dados estatísticos que comprovam uma contextualização feita, neste caso, o crescimento dos casos de violência contra a mulher com a quantidade de mortes de mulheres na Paraíba, mostra que é possível associar contexto e sensacionalismo na mesma matéria.

Outra possibilidade diz respeito ao uso dos dados para provocar ainda mais a sensação de medo. Ao quantificar as mulheres que morreram, pode-se provar friamente que o que é mostrado pelo tablóide diariamente não é ilusão ou “apenas para provocar medo” no leitor. A violência torna-se real e palpável não só pelas imagens de sangue ou pelos depoimentos sofridos de parentes das vítimas relatadas nas matérias, mas pelos dados estatísticos que comprovam o aumento da criminalidade no estado.

Ainda, em relação à mulher, a matéria enfatiza o fato de a mãe ter sido assassinada em lugar do filho como violência contra a mulher. Mesmo trazendo uma justificativa para o ato (“Revoltados com a fuga do jovem, a dupla matou Ana a tiros”),

a matéria mantém o contexto de violência contra a mulher ao salientar as estatísticas no começo da notícia.

Ao enfatizarem a condição de mãe da vítima, também se aponta para o mito da mãe, que tudo faz pelo filho. Neste caso, embora não tenha sido intencional, pode-se entender que a mãe perdeu a vida por causa do filho, como vítima da circunstância, mas também como prova do amor incondicional que nutre por ele. Assim, o jornal se inscreve na formação discursiva desse mito, desta vez em aprovação ao sinal de amor da mãe e frisando que ela foi uma vítima da situação provocada pelo filho.

Figura 14: Exemplo 3 de violência urbana



5.3.3 Acompanhamento

Foram entendidas como matérias de acompanhamento (ou suíte) aquelas que retomaram acontecimentos já ocorridos e/ou traziam novidades acerca de casos que

tiveram bastante repercussão na imprensa. No total, o *Já* trouxe 12 matérias consideradas como de acompanhamento.

Além de salientar o interesse do público em determinado assunto, a recorrência de matérias serve também para explorar o sensacionalismo do acontecimento. Outro aspecto que pode ser considerado é o de frisar a impunidade dada ao tratamento de alguns temas.

O primeiro exemplo deste dispositivo de análise tem como título “Homem confessa ter atado fogo em mulher” e dá a entender que o crime foi solucionado conforme previsto pela lei. No entanto, ao ler a notícia, sabe-se que o homem confessou o crime e foi liberado pela polícia, mas não fica claro se haverá mais algum procedimento em relação ao ocorrido:

Figura 15: Exemplo 1 de Acompanhamento



HOMEM CONFESSA TER ATEADO FOGO EM MULHER

O suspeito de atear fogo numa jovem de 23 anos na cidade de Sapé, Mata Paraibana, se apresentou à polícia acompanhado de um advogado e confessou ter cometido a agressão. Segundo o delegado de Sapé, Frederico Magalhães, durante o depoimento, o mototaxista disse que não se lembra de detalhes do fato, pois havia ingerido bebida alcoólica durante todo o dia. “Ele se mostrou arrependido e não soube informar o motivo que o levou a atear fogo na vítima”, comentou o delegado. Ainda segundo Frederico Magalhães, havia uma relação de amizade entre eles, já que são vizinhos. Ele foi ouvido e liberado em seguida pela Polícia Civil. “

Durante a notícia, o leitor descobre que o homem utilizou o argumento de “estar bêbado” e, por isso, não se lembra de detalhes do crime. Uma fala direta do delegado que ficou responsável pelo caso diz que “o homem se mostrou arrependido e não soube informar o motivo que o levou a atear fogo na vítima”. Assim, o homem faz uso de duas argumentações para não ser responsabilizado pelo crime e que são típicas dos homens quando cometem crimes contra mulheres.

Enquanto representação do estado e protetor dos cidadãos na sociedade, a polícia acaba por também reproduzir estereótipos que circulam no meio social. Sendo assim, ao dizer que o homem está arrependido e que não lembra detalhes do crime, é como se estivesse sendo cúmplice do erro cometido. Outro aspecto que reforça tal entendimento é o fato de o autor do crime nem ao menos saber o motivo de ter feito o que fez.

Dessa forma, enquanto o sentimento de impunidade não é explorado pelo texto diretamente, o acontecimento narrado passa justamente tal sentido ao leitor. Pode-se reconhecer, na narrativa deste acontecimento, o poder da dominação masculina na sociedade, tal qual preconiza Bourdieu (2004),

A primazia universalmente reconhecida aos homens se afirma na objetividade de estruturas sociais e de atividades produtivas e reprodutivas, baseadas em uma divisão sexual do trabalho de produção e de reprodução biológica e social, que confere aos homens a melhor parte, bem como nos esquemas imanentes a todos os *habitus* (BOURDIEU, 2004, p. 54).

Outra matéria de acompanhamento foi: “Mistério sobre mulher decapitada”, que salienta o fato de a vítima do assassinato ainda não ter sido identificada pela polícia. Além disso, a polícia ainda não tinha uma linha de investigação definida ou suspeitos presos para prestar depoimentos.

O clima de mistério em torno da história é reforçado com a negação da delegada que investigava o caso em fornecer algum detalhe aos jornalistas. Em fala aspeada, a delegada afirma que “novidades existem, mas não podem ser divulgadas no momento”, o que pode ser compreendido como uma forma de não atrapalhar a investigação criminal.

Entretanto, tal argumento também serve ao jornal, que poderá posteriormente retomar a matéria e garantir o interesse do público na história. Percebe-se também que os elementos para garantir o sensacionalismo do acontecimento permanecem em relação

à primeira matéria do caso: “mulher decapitada” frisando o aspecto violento do crime; “as razões do crime são desconhecidas”, aumentando a curiosidade sobre o fato; e “dois dias depois de ser localizado”, situando o leitor na linha temporal.

Figura 16: Exemplo 2 de Acompanhamento

MISTÉRIO SOBRE MULHER DECAPITADA

Dois dias depois de ser localizado, permanece sem identificação o corpo da mulher decapitada, na madrugada da última quinta-feira, no bairro do Valentina, em João Pessoa. A Delegacia de Homicídios iniciou as investigações, mas ainda não definiu uma linha de investigação. Até agora nenhum suspeito foi preso e as razões do crime são desconhecidas. O corpo permanece na Gerência Executiva de Medicina e Odontologia Legal (Gemol).

De acordo com a Delegacia

de Homicídios, a apuração do caso está em andamento, mas não é possível adiantar nenhuma informação para não atrapalhar as investigações. “Novidades existem, mas não podem ser divulgadas no momento, estamos em andamento nas investigações e estamos com várias linhas de investigação e esgotando cada uma delas. Pode existir alguma ligação com o tráfico de drogas, mas ainda não temos como confirmar”, disse a delegada responsável pelo caso, Maria das Dores Coutinho da Silva.

A matéria “Mandante da morte de modelo pega 17 anos de cadeia” também é considerada de acompanhamento, já que traz o desfecho do assassinato do modelo Dalmi Coelho – que teve bastante repercussão na região metropolitana de João Pessoa. O título traz uma gíria (pega) para popularizar o sentido e, dessa forma, se aproximar do público leitor.

Neste sentido, também se pode considerar o substantivo “cadeia” como alternativa popular à prisão, complementando o sentido do verbo. Há o detalhamento do julgamento na notícia, de modo a satisfazer não apenas a curiosidade do leitor, mas de passar o sentimento de que a justiça foi feita. Um reforço disso se encontra na fala do irmão do modelo: “A justiça foi feita e os acusados agora vão pagar pelo crime. A justiça tarda mas não falha”:

Foram 10 horas de julgamento e os sete membros do Conselho de Sentença decidiu condenar a 20 de prisão Ana Paula Teodósio de Carvalho, apontada como mandante da morte do modelo Dalmi Barbosa Filho, em dezembro de

2012, na cidade de Santa Rita, na Grande João Pessoa. A sentença foi anunciada pela juíza Lilian Cananeia, no Fórum Criminal da cidade. “A família está mais confortável, apesar de saber que isso não trará mais a vida do meu irmão. A justiça foi feita e os acusados agora vão pagar pelo crime. A justiça tarda, mas não falha”, comemorou Daniel Evangelista Barbosa, irmão de Dalmi. Anunciada a sentença, Ana Paula foi levada para a penitenciária feminina Júlia Maranhão, em João Pessoa, onde deverá cumprir a pena em regime fechado. Ela já estava recolhida na unidade prisional antes do julgamento. (...) Ana Paula Teodósio de Carvalho, segundo inquérito da Polícia Civil, admitiu ser homossexual e que teria fantasiado um relacionamento com a noiva da vítima. (...) Os condenados planejaram matar a vítima três vezes, mas nunca o encontravam (...) (Mandante da morte de modelo pega 17 anos de cadeia. *Jornal Já*, 22/03/14).

Considerando que o assassinato do jovem modelo teve grande repercussão na imprensa, a sensação de impunidade foi consideravelmente reduzida diante desse desfecho. Nesta matéria, a mulher foi representada de maneira passional. O crime foi justificado pela admissão da “mandante” do crime de que nutria uma paixão pela noiva da vítima.

Assim, ela não agiu de maneira racional, mas de acordo com seus sentimentos e fantasias (“admitiu ser homossexual e que teria fantasiado um relacionamento com a noiva da vítima”). Essa é mais uma prova de que as representações sociais entre homens e mulheres são completamente assimétricas, conforme Bourdieu (2004).

Tais características, quando ressaltadas num homem que cometeu um crime, são consideradas comuns e até aceitáveis. É como um passe livre que justifica a ação do homem sobre a mulher. Entretanto, quando associadas à mulher, são encaradas como inaceitáveis, embora tipicamente femininas (o ciúme costuma ser atribuído à mulher, enquanto o homem “limpa a honra”).

Além disso, quando se salienta que o plano já existia há algum tempo e que foram três tentativas antes de finalmente o modelo ser assassinado, tenta-se mostrar a frieza da mulher, que calculou todos os passos para que o plano desse certo. O subtítulo “Emboscada na volta pra casa” dá a impressão de que houve o planejamento a fim de formar uma armadilha para “raptar a presa”, como se ele fosse um animal a ser abatido.

Outro subtítulo que traz uma metáfora animal (“trio envolvido está engaiolado”) reforça ainda mais esse sentido. Ainda vale destacar que a matéria não teve chamada na capa, mas ocupou um bom espaço na página onde foi publicada, além de ter contado com três imagens. Blay (2008) afirma que em notícias que abordam mulheres homicidas, geralmente existem três visões.

A primeira diz respeito aos jornais que fazem um julgamento moral da mulher, buscando formas para desqualificá-la por meio de preconceitos e acusações, a exemplo de superficialidade e oportunismo. A segunda ótica seria a das notícias que, com poucas informações sobre os motivos para o crime, julgam a mulher como fria e desequilibrada. Uma terceira tendência, segundo a autora, seria a de aprofundamento da “investigação das razões dos comportamentos femininos violentos, sem julgamento moral ou desqualificar a criminosa” (BLAY, 2008, p. 80).

A matéria analisada se encaixaria, neste caso, na segunda tipificação feita pela autora, visto que, a todo o momento, mostra-se a criminosa como mandante, fantasiosa, fria e calculista.

Figura 17: Exemplo 3 de Acompanhamento



CIDADES

Paraíba, 22 de março de 2014 | **5**

MANDANTE DA MORTE DE MODELO PEGA 17 ANOS DE CADEIA

ANA PAULA FOI CONDENADA EM SANTA RITA E VAI CUMPRIR A PENA EM REGIME FECHADO NA CAPITAL

Foram 10 horas de julgamento e os sete membros do Conselho de Sentença decidiu condenar a 20 de prisão Ana Paula Teodósio de Carvalho, apontada como mandante da morte do modelo Dalmi

Barbosa Filho, em dezembro de 2012, na cidade de Santa Rita, na Grande João Pessoa. A sentença foi anunciada pela juíza Lillian Cananeia, no Fórum Criminal da cidade. “A família está mais confortável, apesar

de saber que isso não trará mais a vida do meu irmão. A justiça foi feita e os acusados agora vão pagar pelo crime. A justiça tarda, mas não falha”, comemorou Daniel Evangelista Barbosa, irmão de Dalmi. Anun-



FOTOS: MAND DE CARVALHO

Trio envolvido está engaiolado

Além de Ana Paula, foram condenados Mateus Alves da Silva, a 17 anos de prisão. Ele é acusado de dirigir o carro usado no crime. O auxiliar de serviços gerais Júlio

César Xavier do Nascimento, foi condenado a 17 anos como responsável pelos disparos. À época, o delegado de Homicídios, Pedro Ivo, revelou que Ana Paula nutria

um amor obsessivo e não correspondido pela noiva do modelo, Raquel Teófilo Sousa. Para execução do crime, Ana Paula teria prometido R\$ 500 ao pistoleiro.

Paixão pela noiva da vítima

Ana Paula Teodósio de Carvalho, segundo inquérito da Polícia Civil, admitiu ser homossexual e que teria fantasiado um relacionamento com a noiva da vítima. Ela teria oferecido vários presentes a Raquel há alguns meses antes do crime, entre eles um iPhone e uma promessa de emprego fixo. Ana Paula se diz uma pessoa “muito articulada nos meios políticos.



Emboscada na volta pra casa

Os condenados planejaram matar a vítima três vezes, mas nunca o encontravam. No dia 22 de dezembro de 2012 o crime foi consumado. Mateus foi à academia que a vítima frequentava e quando Dalmi voltava à sua residência, a 400 metros da academia, ele foi abordado pelos assassinos que chegaram em Siena, de cor prata. O carro pertencia a mandante do crime. A Polícia



ainda descobriu que os acusados, após o crime, devolveram o veículo a mandante na praça do Coqueiral, no bairro de Mangabeira, em João Pessoa. Ana Paula chegou a sustentar para a Polícia que no momento do crime estava em um dentista, mas o álibi não se sustentou.

Mais uma matéria de acompanhamento e que também decorre de um caso amplamente divulgado pelo jornal foi a “Enterro de mulher baleada pelo namorado será em Cajazeiras”. A notícia explica que a advogada Érica Vanessa ficou 11 dias internada com a bala alojada na cabeça. Entretanto, ela não conseguiu resistir e faleceu.

A matéria não apresenta elementos de humor ou gírias a fim de garantir o sensacionalismo da notícia, já que o desfecho da história por si só é suficiente para garantir o interesse do público. A notícia foi bastante esmiuçada, ocupando completamente uma página do periódico. Três fotos a ilustram: uma da vítima sorridente, outra da vítima machucada e acompanhada por um profissional do Samu e outra da vítima dentro da ambulância que a levou até o Hospital de Trauma:

Figura 18: Exemplo 4 de Acompanhamento

JA **CIDADES** Paraíba, 6 de maio de 2014 | 3

ENTERRO DE MULHER BALEADA PELO NAMORADO SERÁ EM CAJAZEIRAS



ÉRICA VANESSA FICOU 11 DIAS INTERNADA COM A BALA NA CABEÇA

Depois de 11 dias de internamento, a bacharela em Direito Érika Vanessa de Lima, de 31 anos, morreu na manhã de ontem no Hospital de Trauma de João Pessoa. Érica sofreu um tiro no rosto em seu apartamento, no bairro do Bessa, na noite de 24 de abril. O principal suspeito é o namorado de Érica, José Itamar Montenegro, de 35 anos, que já está preso na sede do 5º Batalhão de Polícia Militar, no Valentina Figueiredo. José Itamar teve a prisão preventiva decretada e iria responder por tentativa de assassinato, mas agora, por conta da morte de Érica, será indiciado por crime de homicídio. Érica era natural de Cajazeiras, no Sertão paraibano, e foi para sua cidade natal que a família resolveu levar o corpo para ser sepultado. Ela deve ser enterrada hoje.

Notícia choca família e amigos

Segundo Genival Júnior, irmão de Érica, a notícia foi um duro golpe para amigos e familiares. A equipe que atendeu Érica no hospital contou que o tiro entrou na região do nariz e se alojou na nuca. No dia que sofreu a tentativa de assassinato, a vítima foi socorrida com um tiro no rosto e saiu do apartamento andando sob proteção de uma equipe do Corpo de Bombeiros e do Samu.

Ao chegar no Trauma, Érica foi levada para UTI em estado gravíssimo. Às 11h20 de ontem a vítima não resistiu e morreu.

Surpresa na hora de depor

José Itamar Montenegro foi preso no dia 29 após se apresentar na Delegacia de Homicídios. Ele iria depor, mas não sabia que a Justiça havia expedido mandado de prisão contra ele. O acusado se apresentou com advogados para apresentar sua versão. Ele alegou que o tiro foi acidental e que não teve a intenção de acertar a namorada. A polícia requereu a prisão depois de reunir informações de prática de violência contra outras ex-companheiras. Segundo o gerente executivo da Polícia Civil Metropolitana, Wagner Dorta, José Itamar tem no histórico a acusação de um estupro a uma menina de 12 anos, pelo qual ele ainda está respondendo na Justiça.

Perícia detalhada no local

A Polícia Civil está aguardando o resultado de uma perícia feita no residencial onde Érica foi baleada. A Delegacia de Crimes contra a Pessoa (Homicídios) da Capital interditou o apartamento da vítima por três dias para que o Instituto de Polícia Científica (IPC) realizasse exames. De acordo com a delegada Roberta Neiva, titular da delegacia especializada, as análises no local foram concluídas e os vestígios necessários preservados. O laudo do IPC será encaminhado à Justiça pela Delegacia de Homicídios no prazo de dez dias, adiantou a delegada.




FOTO: REPRODUÇÃO TV CORREIO

Assim, pode-se inferir que textualmente a matéria apresenta poucos apelos ao sensacionalismo, restritos aos subtítulos, e, embora o detalhamento do ocorrido possa ser visto como uma forma de exacerbar as emoções do público, também pode ser interpretado como uma tentativa de fazer um material completo. O maior apelo pode ser visto nos grafismos utilizados na página da matéria, com o uso de fotos que podem ser consideradas chocantes, mesmo que não mostrem sangue, e de bordas pretas e brancas, como se imitassem o sangue emoldurando a matéria.

Além disso, pode-se visualizar uma tentativa de mostrar o homem como único culpado da violência ocorrida. Dessa forma, não há referências ao passado da vítima ou menções a algo que a vítima possa ter feito para “merecer” tal reação violenta do namorado. Mesmo que a matéria se preocupe em mostrar a versão dada pelo homem, também apresenta um histórico de violência contra a mulher cometido por ele, incluindo um estupro de uma criança de 12 anos.

5.3.4 Gênero jornalístico

No *Já*, é possível encontrar predominantemente dois gêneros jornalísticos: nota, entendida como um texto curto, com utilização de fontes indiretas (sem aspas) e sem aprofundamento do acontecimento, e notícia, que se constitui como um texto maior e que reúne mais informações, podendo trazer fontes diretas (com aspas) e indiretas, além de imagens.

Figura 19: Exemplo de gêneros jornalísticos no *Já*

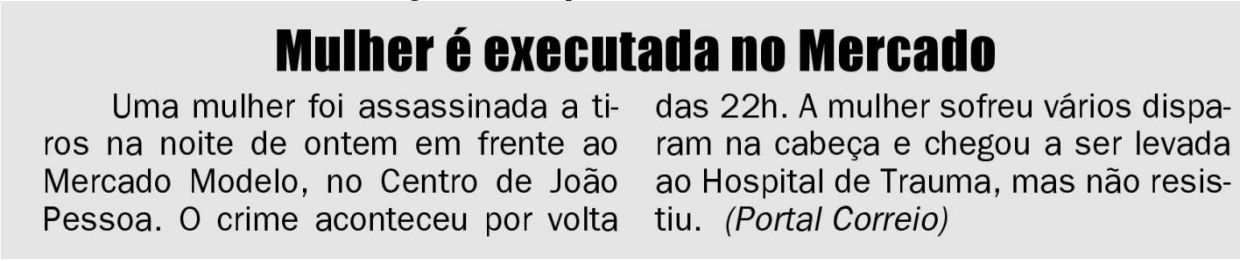


A opção por um ou outro pode ser influenciada por diversos fatores, dentre eles o espaço destinado à matéria ou a quantidade de informações reunidas acerca do acontecimento que se pretende noticiar. Isso acaba por garantir que a temática tenha maior ou menor visibilidade no periódico.

A principal diferença entre nota e notícia no tablóide está relacionada à dimensão textual das matérias, além da presença de imagens. Do total de matérias analisadas, 31 podem ser classificadas como notícias, enquanto 15 podem ser consideradas notas.

Uma matéria policial que pode ser considerada uma nota é a intitulada “Mulher é executada no Mercado”, publicada em 11 de janeiro de 2014. O título resume o ocorrido de maneira que o fato não é ampliado. A vítima foi assassinada, mas nada se conta acerca dela: nome, idade, profissão, motivação para o crime, se houve testemunhas ou qualquer pista que possa ajudar na solução do caso. Ou seja, nem o *lead* foi respondido com eficiência.

Figura 20: Exemplo de nota no *Já*



Mulher é executada no Mercado

Uma mulher foi assassinada a tiros na noite de ontem em frente ao Mercado Modelo, no Centro de João Pessoa. O crime aconteceu por volta das 22h. A mulher sofreu vários disparos na cabeça e chegou a ser levada ao Hospital de Trauma, mas não resistiu. (*Portal Correio*)

Além disso, a nota foi retirada de outra fonte de notícias que integra o Sistema Correio de Comunicação: o Portal Correio. Desta feita, não é possível precisar os motivos pelos quais a matéria não foi melhor apurada, visto que nem um redator foi indicado na matéria. Neste caso, não fica claro se a fonte foi a própria Polícia ou o boletim de ocorrência da instituição.

No sentido discursivo, o termo “executada” cumpre a pulsão da qual Angrimani (1995) fala, realizando o desejo do público do jornal sensacionalista. Ao identificar o local da morte (o mercado) ainda força a correlação entre morte, venda e produto, tal qual é o periódico sensacionalista que vende a morte na sua totalidade de produto.

Também, conforme discutido na noção de formação discursiva (FD), ao realçar o fato de que a mulher foi executada em vez de assassinada, o jornal quer dizer (e o diz) que a mulher não teve uma morte simples ou ocasional: a intenção era de causar a morte dela, inclusive pela localização dos tiros (na cabeça da vítima). Assim, o discurso jornalístico repete a violência cometida contra a mulher.

Além disso, mortes consideradas “execuções”, no noticiário policiaisco, frequentemente é associado ao tráfico de drogas, o que pode indicar o motivo pelo qual a matéria não foi mais ampliada ou devidamente apurada. Há um estigma, no mesmo sentido proposto por Goffman (1980), em relação às pessoas envolvidas com o mundo do tráfico ou uso de drogas, o que acaba refletindo na forma como as mortes são veiculadas, ou seja, com poucas explicações ou profundidades.

Um exemplo de notícia é a matéria que também é uma suíte de uma investigação relacionada à venda de carteiras nacionais de habilitação (CNH) do Departamento Estadual de Trânsito (Detran-PB). Com o título “Psicóloga presa no Detran acusada de receber propina”, a matéria, publicada em 15 de fevereiro, explica em detalhes o ocorrido, sem, no entanto, recorrer ao sensacionalismo.

Isso suscita a questão acerca de quem realmente alimenta o material jornalístico publicado pelo *Já*, especialmente considerando o fato de que as matérias não são assinadas e também não indicam quando o material é enviado por assessoria de imprensa. O fato de ser uma psicóloga a receber propina acaba por ser o aspecto mais salientado da matéria.

Afinal, espera-se que uma pessoa com formação superior tenha uma conduta moral que não seja condenável. Por isso, chama a atenção o fato de ser uma psicóloga, já com idade próxima a de se aposentar (63 anos) e funcionária pública. Dessa forma, vê-se aqui a repetição da importância social ocupada pela personagem. Desta vez, não enquanto vítima do crime, mas enquanto pessoa que comete um delito.

Anteriormente, a questão da importância social foi percebida numa matéria na qual a mulher, uma advogada, havia sido vítima de violência doméstica. Assim, há um contraste em relação a essa matéria analisada neste dispositivo. O que ocorre é que de vítima, a mulher passa a criminosa. Ainda por cima, culpada pelo crime de corrupção. Dessa forma, a atenção em relação à matéria ocorre por meio da profissão e posição ocupada pela mulher na hierarquia social.

A expectativa é, assim, quebrada nas duas matérias, ao mostrar que a formação superior não impede nem que a mulher seja vítima de violência ou que cometa ela mesma algum tipo de crime. Não surpreende o fato de o mesmo gênero jornalístico ter sido utilizado para relatar as duas histórias, pois uma nota não poderia dar conta de explicar as complexidades das situações.

Figura 21: Exemplo de notícia no *Já*

PSICÓLOGA PRESA NO DETRAN/ACUSADA DE RECEBER PROPINA

A Corregedoria do Detran-PB prendeu em flagrante, na tarde de ontem, em João Pessoa, mais duas pessoas acusadas de envolvimento em esquema de vendas de Carteiras Nacionais de Habilitação (CNH). A ação foi realizada na própria sede do Detran-PB, no bairro de Mangabeira, no momento em que Amilton Gomes da Silva, de 47 anos, tentava pagar a quantia de R\$ 100 para uma psicóloga do órgão, Severina Celestina da Silva, de 63 anos, com o objetivo de ser aprovado na avaliação psicotécnica sem realizar a prova.

Flagrante no teste psicotécnico

“Depois das cinco prisões efetuadas durante a operação da última quarta-feira, na Paraíba e no Rio Grande do Norte, nós avançamos com as investigações visando localizar novos envolvidos na prática da venda de CNH. Na tarde de ontem, flagramos esse homem pagando pela aprovação no teste psicotécnico e infelizmente uma funcionária nossa também está envolvida”, declarou o delegado Leonardo Souto Maior, corregedor do Detran-PB, adiantando que as investigações serão intensificadas para tentar identificar outros envolvidos e coibir esse tipo de prática delituosa.

Interrogatório na 3ª DD

O homem e a psicóloga foram encaminhados para depoimento na 3ª Delegacia Distrital, na Epitácio Pessoa. Amilton Gomes da Silva vai responder pelo crime de corrupção ativa, enquanto Severina Celestina foi enquadrada por crime de corrupção passiva. Na quarta-feira (12), a Corregedoria do Detran-pb também prendeu em flagrante cinco pessoas acusadas de envolvimento em esquema de vendas de carteiras nacionais de habilitação em várias regiões do estado. A operação foi realizada em parceria com a Polícia Civil do Rio Grande do Norte e as prisões ocorreram no Detran, em natal.

5.3.5 Fontes de informação

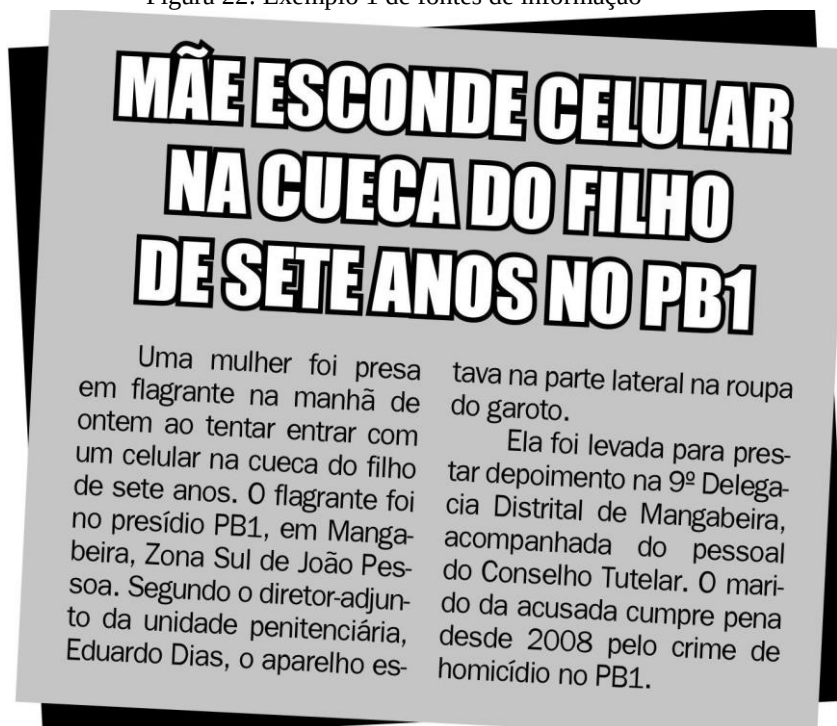
As fontes de informação têm diversas funções no texto jornalístico, dentre eles garantir a credibilidade do fato narrado. O uso de fontes oficiais, especialmente de órgãos governamentais, pode ser considerada como falas de autoridade, já que frequentemente tais fontes explicam ou informam acerca de aspectos da sociedade. Por sua vez, as fontes informais são mais utilizadas em matérias testemunhais.

No *Já*, as fontes oficiais, especialmente oriundas das polícias (civil ou militar) foram as mais utilizadas nas matérias analisadas. A ocorrência foi em 39 matérias da amostragem. As fontes não-oficiais, a exemplo de familiares e pessoas do povo, foram encontradas em sete matérias do material analisado.

Conforme Andrade (2015), no enunciado “o *JÁ* dá muito espaço às declarações das fontes (...), maioria de autoridades (principalmente as Polícias Civil e Militar), assim como de testemunhas dos crimes. A maioria dos enunciados de crimes foi construído apenas com uma fonte, que é a polícia” (ANDRADE, 2015, p. 109).

O exemplo de utilização de fonte policial está na matéria intitulada “Mãe esconde celular na cueca do filho de sete anos no PB1”, publicada em 22 de março de 2014.

Figura 22: Exemplo 1 de fontes de informação



A matéria traz a história de uma mãe que escondeu um celular na roupa íntima do filho durante uma visita a um presídio de João Pessoa. Ao começar o título com o vínculo da mulher (“mãe”), frisar a idade do filho e o presídio no qual ocorreu o acontecimento (trata-se de uma penitenciária de segurança máxima), pode-se inferir que há uma tentativa de mostrar a contradição entre como deve ser uma mãe e como esta agiu.

O *Já*, mais uma vez, traz em sua formação discursiva a ideologia de como deve agir uma mãe de verdade. Toda a construção do título é para mostrar a contradição entre a mãe e o que ela faz com o próprio filho, ou seja, o sentido passado é de que a mãe deve cuidar e proteger o filho. Parece ser recorrente no periódico o discurso da mãe que ama incondicionalmente e faz tudo pelo filho, reforçando ainda mais o mito da maternidade.

O jornal também utilizou de fontes populares em suas matérias. Um bom exemplo foi a matéria que aborda o caso Queimadas. A matéria foi manchete de capa e de página na data em que foi publicada. Conforme Modesto e Silva (2014),

Na madrugada de 12 de fevereiro de 2012, uma festa realizada no município de Queimadas (PB) teve um final trágico: dez homens encapuzados invadiram o local do festejo e cinco mulheres foram estupradas. Duas – a recepcionista Michele Domingos da Silva, de 29 anos, e a professora Isabela Pajuçara Frazão Monteiro, de 27 anos - morreram com tiros à queima roupa simplesmente por terem reconhecido os criminosos. Os homens fugiram levando as duas mulheres e uma caminhonete de um participante da festa. A recepcionista Michele Domingos da Silva conseguiu pular do veículo em movimento, mas os acusados pararam o carro e a executaram na lateral de uma igreja católica. Já a professora Isabele Pajuçara Frazão Monteiro foi amarrada com algema de plástico e em seguida deixada em cima da caminhonete, sem vida (MODESTO & SILVA, 2014).

Dessa forma, trata-se de um caso brutal e que teve repercussão no país. Passados dois anos, o acusado de ter sido a principal mente por trás do crime ainda não havia sido julgado. Por causa disso, familiares das vítimas assassinadas sofriam constantes ameaças de amigos e parentes dos acusados de terem cometido o crime.

A manchete da página extrai principalmente esse sentimento de impotência diante desta situação: “Desde que mataram minha filha que não tem paz em minha vida”. Dar voz à família, especialmente à mãe de uma das vítimas, é uma estratégia com vistas a provocar emoção no leitor. O fato, por si só, já causa bastante comoção e

revolta e os intertítulos garantem a continuidade dessa sensação por todo o texto da matéria: “Não sabemos o que pode nos acontecer”, “Temos medo de muita coisa” e “Mães vivem trancadas em casa”.

O medo constante e o terror psicológico como resultado de uma ação já violenta foram bem representados na matéria. A hipérbole deu o tom do texto, em expressões como “Mães vivem trancadas em casa” e “Saímos na rua sempre assustados. Perdemos a paz”. Todo o texto foi construído de forma a encarar as famílias como enclausuradas onde moram, como pode ser visto na figura 24.

O sentimento de impunidade também é reforçado no texto, especialmente por meio de frases feitas e clichês, como “Apenas querem que a justiça seja feita”, “As pessoas ligadas a eles não gostam da gente porque eles estão presos. Mas não somos nós os criminosos”, “Eu que não cometi crime nenhum e vivo trancada em casa”, entre outros.

As imagens das mães segurando as fotos das filhas assassinadas também configuram como estratégia para fazer sentir a dor da perda, causar comoção e perceber a impunidade diante do crime. Comumente, a estratégia do periódico em relação aos crimes é de provocar humor diante da violência, mas neste caso, por causa da repercussão e brutalidade, a opção foi pela hipérbole da dor.

Figura 23: Exemplo 2 de fontes de informação

CIDADES Parabíba, 22 de abril de 2014 | 3

CASO DO ESTUPRO COLETIVO EM QUEIMADAS

“DESDE QUE MATARAM MINHA FILHA QUE NÃO TEM PAZ EM MINHA VIDA”

FAMÍLIA DAS VÍTIMAS RECEBE AMEAÇAS E É INTIMIDADA POR PARENTES DOS CRIMINOSOS

Familiares das vítimas do estupro coletivo ocorrido há dois anos em Queimadas, estão assustados com ‘supostas’ ameaças feitas por parentes dos criminosos envolvidos no crime. O advogado de defesa da família de Isabela Pajuçara Frazão Monteiro, que foi estuprada e morta, Félix Araújo Filho, disse que há muito tempo que pessoas ligadas aos assassinos, fazem ameaças, provocações e tentam intimidar parentes das vítimas. O Ministério Público e a Polícia Civil já foram comunicados sobre as denúncias. As famílias também sofrem com a demora em relação ao julgamento do mentor da ‘barragem’, Eduardo Pereira dos Santos, que está preso no PB1, em João Pessoa.

De acordo com o advogado, existem pessoas na cidade que presenciaram os atos de intimidação e coação feita aos familiares de Isabela e Michele, mas que têm medo de denunciar. “Não é de hoje, nem de agora que as famílias, sobretudo a de Isabela, que é a que eu acompanho, vem sofrendo ameaças, provocações e intimidações por parte de pessoas ligadas aos assassinos. Acontece que é uma família que sofre muito com a dor da perda e formada por pessoas muito pacíficas. Apenas querem que a justiça seja feita”, disse o advogado Félix Araújo Filho.

“Não sabemos o que pode nos acontecer”

A mãe de Isabela, Isânia Monteiro, contou que desde que a filha foi estuprada e morta, em fevereiro de 2011, que a rotina da família foi alterada e o medo passou a ser presente todos os dias na família. “Vivemos temerosos. Não sabemos o que pode nos acontecer. Saímos na rua sempre assustados. Desconfiamos de tudo. Perdemos a paz. Sabemos que os criminosos estão presos no PB1, mas eles têm as pessoas deles aqui fora. Somos intimidados na rua. É difícil pra gente que perdeu Isabela num crime tão violento e ainda sofremos com esse tipo de coação. Não saímos quase para lugar algum. Agora dificilmente eu vou à missa e quando vou, fico com medo. As pessoas ligadas a eles não gostam da gente porque eles estão presos. Mas não somos nós os criminosos”, disse Isânia.

“Temos medo de muita coisa”

Segundo a doméstica Maria José Domingos, mãe da recepcionista Michele Domingos, que também foi morta e estuprada junto com Isabela, embora nove envolvidos no crime já tenham sido condenados, a expectativa maior é pelo julgamento de Eduardo, que é acusado de planejar o estupro coletivo e executar os jovens. “Temos medo de muita coisa, porque somos vítimas de uma violência muito grande. Sabemos que os três adolescentes que cumprem pena no Lar do Garoto estão prestes a sair e daqui a pouco estarão nas ruas, convivendo conosco. Sobre as denúncias de ameaças e os deboches que as pessoas deles nos fazem, eu não tenho tanto medo. Não vou deixar de sair na rua nem de dar continuidade à minha vida, porque quem fez o mal foram eles e não eu”, desabafou.

Mães vivem trancadas em casa

A mãe da jovem assassinada, Maria de Fátima Monteiro, lamenta que vive ‘trancada’ em sua residência e nem o sol consegue ver. “Eu que não cometi crime nenhum e vivo trancada em casa. Desde que mataram minha filha que não tem paz em minha vida. Vivo sob efeito de medicamentos para tentar suportar uma dor tão grande. Queria tanto poder sair, andar, ver o sol, ir à igreja, assistir a uma missa. Mas não tenho mais como fazer isso. Sei que nada trará minha filha de volta, mas a sensação de impunidade continua e o medo também”, lamentou.

5.4 Elementos visuais: as capas

A capa de um jornal pode ser comparada a uma vitrine que vende as principais histórias a serem lidas. Uma matéria que se torna manchete de um jornal é considerada a notícia mais importante daquele dia. Dessa forma, a análise de uma capa passa pela manchete, assim como as cores e imagens que harmonizam com o sentido que se quer evidenciar.

As manchetes são como uma isca, que tenta “fiscar” o leitor e garantir o interesse do público. Por sua vez, as cores podem reforçar o sentido do dito pela manchete e pelas imagens, além de serem utilizadas como forma de “seduzir” o público.

No *Já*, as manchetes são importantes não só para atrair o leitor, mas também para garantir, dia após dia, a identificação do periódico com o estilo sensacionalista. Do total de matérias da amostragem da pesquisa, 12 foram manchetes de capa. Destas, foram selecionadas quatro como sendo as mais representativas, seja por causa do tema abordado (violência) ou pelo sentido passado por meio das manchetes, imagens e cores.

5.4.1 Descrição da capa do *Já*

Esteticamente, as capas têm diagramação bastante semelhante. Na parte superior, o jornal apresenta as informações básicas sobre a publicação: o preço em cor preta e dentro de uma espécie de balão vazado de fundo amarelo. Desta forma, o preço do jornal tem completo destaque, inclusive em relação às manchetes e imagens da capa.

Logo ao lado do balão contendo o valor do jornal, há a logomarca do Jornal *Já*: um círculo grande e branco, que invade a imagem principal da capa, com um contorno preto. Dentro do círculo e extrapolando os limites dele, está o nome *Já* em letras garrafais e pretas. Do lado de fora e acompanhando a circunferência, o nome PARAÍBA, na cor branca.

Ainda na parte superior, há o dia da semana, o número da edição e o ano do jornal na cor branca. Abaixo, a previsão do tempo, com o desenho de um sol na cor amarela e uma nuvem cinza, além das temperaturas mínima e máxima que podem ser atingidas naquele dia.

No que diz respeito às manchetes, a quantidade e a disposição mudam conforme as notícias consideradas mais importantes do dia, mas há normalmente pelo menos três:

a central, geralmente acompanhada de uma imagem impactante, uma na parte inferior da capa, coincidindo com o limite do periódico e colocado dentro de uma faixa preta com letras nas cores amarela e branca, e um na parte superior direita, numa faixa perpendicular de cor verde e com letras na cor branca.

Além das manchetes com imagens correspondentes e, de preferência, impactantes (seja pelo tema – assassinato, prisão ou acidente), as manchetes e imagens são delimitadas por quadrados de fundo colorido como forma não só de destacar o assunto, mas de separá-lo dos demais a fim de facilitar uma leitura rápida. Por fim, o item que há em todas as capas do Jornal *Já*: uma mulher seminua.

A imagem da mulher sempre toma boa parte da capa do periódico, geralmente com a inscrição “Essa é demais!!!” acima do nome da garota do dia, além da localização da página onde é possível ver não só mais fotos da escolhida, como também ler um breve perfil. Percebe-se que a escolha predominante das cores nas capas são as quentes, ou seja, vermelho, amarelo e laranja. Conforme Gomes (2014), as cores funcionam como mediadores de significados cujas utilizações dependem do contexto da temática abordada pela manchete. Assim, as cores quentes tendem a fixar a atenção do público e acentuar o grau de realidade pretendido pelo periódico.

De modo geral, pode-se dizer que a atenção do periódico concentra-se em três frentes: violência, futebol e apelo feminino. Apesar de também trazer conteúdos de utilidade pública, percebe-se a tendência do Jornal *Já* pelos seguintes motivos: a quantidade de manchetes relacionadas a futebol, a imagem da mulher que ocupa quase toda a capa do periódico, e a imagem que contempla a matéria policial.

Figura 24: Exemplo de capa do *Já*



5.4.2 Análise das capas

A primeira capa a ser analisada teve como manchete “Policial enciumado mata mulher a facadas”, evidenciando toda a crueldade do assassinato. Logo abaixo, um subtítulo acrescenta “Acusado se entrega e diz que não aceitava traições”. Assim, percebe-se logo uma tentativa de inocentar ou atenuar o ato cometido: ciúmes e traição. Dessa forma, o crime é justificado na matéria não por violência doméstica ou machismo, mas por culpa da vítima. A violência é quase romantizada quando é justificada dessa forma.

Disso, compreende-se que o homem, diante de uma suposta traição da esposa, se viu obrigado a defender a própria honra e vingar-se. Ou seja, há uma estreita relação entre virilidade e violência, conforme atesta Bourdieu (2004). O autor explica que a honra se inscreveu no corpo masculino como um conjunto de disposições naturais e que o governa, mas sem obriga-lo automaticamente a agir.

Dessa forma, a honra tornou-se um *habitus* ou uma lei social incorporada, já que é reconhecida por todos e resulta de um trabalho social de nomeação e inculcação de uma identidade social. Já a virilidade, segundo o autor, “entendida como capacidade reprodutiva, sexual e social, mas também como aptidão ao combate e ao exercício da violência (sobretudo em caso de vingança), é acima de tudo, uma *carga*” (BOURDIEU, 2004, p. 76).

Torna-se uma carga especialmente por ser uma cilada para o homem: ao mesmo tempo em que é um privilégio, provoca tensões que impõem ter de provar a virilidade a todo tempo e ainda na esfera pública. Por isso, matar a facadas e confessar o crime – ou, nas palavras da manchete, “se entregar” – mostram que o homem defendeu a sua honra, que foi manchada por supostas traições da mulher.

Além disso, o ato de se entregar demonstra publicamente que a honra foi restaurada por meio de uma morte violenta e, portanto, *merecida* do ponto de vista do criminoso. Assim, conclui Bourdieu: “A virilidade, como se vê, é uma noção eminentemente *relacional*, construída diante dos outros homens, para outros homens e contra a feminilidade, por uma espécie de *medo* do feminino, e construída, primeiramente, dentro de si mesmo” (BOURDIEU, 2004, p. 79).

Em relação às cores, percebe-se a predominância dos tons quentes: a manchete na cor amarela harmoniza com os grafismos vermelhos que imitam pingos de sangue

que, por sua vez. A imagem do policial, por sua vez, contrasta principalmente com a palavra “enciumado”, visto que seu semblante parece tranquilo. Dessa forma, o sentido que se passa é o da frieza do crime cometido, como se ele tivesse com um sentimento de “dever cumprido” ou até mesmo de “honra lavada”.

A imagem que ilustra a manchete, com o homem parecendo calmo, como se estivesse certo não só da impunidade, mas da honra lavada, resume bem o modo como as vítimas de violência doméstica são retratadas na imprensa: com descaso e frequentemente como coniventes com a violência sofrida.

Figura 25: Capa 1



A manchete da segunda capa analisada foi “Mulher tem a cabeça decepada em assassinato”. Por se tratar de um crime brutal, é possível visualizar uma tentativa do jornal em buscar um equilíbrio entre a foto, a manchete e os grafismos utilizados. A foto, que retrata o local onde a vítima foi encontrada, tem predominância da cor preta, a fim de assegurar não apenas o contexto no qual o corpo da mulher estava (um lugar ermo), como também o sentido sombrio do crime.

O tom macabro do crime é ampliado quando se percebe que os faróis do carro (nas cores amarela e vermelha) iluminam uma poça d’água, cuja lama segue até o limite do recorte fotográfico, encontrando-se com o grafismo de sangue que cobre toda a borda do espaço da foto e da manchete. O tom amarelo do fundo aparece mais uma vez, a fim de contrastar com o vermelho-sangue do grafismo. Vale salientar que o vermelho do grafismo também se confunde com a cor vermelha do fundo que ocupa a parte superior da capa do periódico.

Fazendo um paralelo com o escuro da imagem que ilustra a manchete do dia está a mulher seminua do “Essa é demais!!!”, vestida com uma *lingerie* preta. O sentido que se pode apreender é que até mesmo a sensualidade característica das mulheres que estampam a capa do *Já* foi atenuada, como se estivesse de “luto” pela vítima brutalmente assassinada.

Nesta manchete, a opção por utilizar a palavra mulher tem um sentido bastante específico: não se sabe a identidade da vítima encontrada. Enquanto na primeira capa a mesma palavra foi usada como sinônimo de esposa, bastante comum na linguagem coloquial, nesta deseja-se ressaltar a única informação que se tem em relação ao crime. Ainda, o termo “decepada” tem maior função do que apenas chocar o leitor: ligar o tom macabro conquistado por meio da imagem e dos grafismos, fazendo uma ponte entre os tons frios e quentes apresentados.

Figura 26: Capa 2



A terceira capa teve como manchete “Não sabemos o que pode nos acontecer”. Acima, a chamada “Mais medo em Queimadas” e, abaixo da manchete, um subtítulo que diz “Famílias das vítimas da barbárie sofrem ameaças”. As cores do título e da chamada harmonizam entre si, com a predominância dos tons quentes: amarelo, vermelho e branco. As fotos que ilustram a manchete são das mães das vítimas da “Barbárie de Queimadas”, segurando as fotos das filhas com semblante de tristeza e impotência.

O sentido que se quer passar é o de sofrimento sem fim pelo qual passam essas mães: por meio de expressões como “mais medo”, “sofrem ameaças” e a ideia de não imaginar o que (mais) pode acontecer, a capa consegue transmitir ao leitor o terror psicológico que assombra os familiares das vítimas.

Inclusive, o uso do verbo assombra não foi gratuito: o fundo que costumeiramente é vermelho ou amarelo (ou a combinação das duas cores) desta vez é escuro, quase preto, como que indicando a falta de esperança dessas famílias, que não conseguem “ver a luz no fim do túnel” e estão cobertas pela “sombra do medo”.

Isso também salienta a incerteza apresentada pela manchete. Ou seja, toda a combinação de manchete, palavras e cores servem para mostrar a dor dos parentes das vítimas do caso e reforçar que perder as filhas foi apenas o começo disso. Ainda, pode-se perceber que a mulher da capa – desta vez vestindo biquíni – está o mais distante possível da manchete, para que a intenção de emocionar o público não seja quebrada por meio de uma imagem sensual que se contrapõe ao tema abordado.

Figura 27: Capa 3



A última figura analisada neste tópico trouxe como manchete “Dupla mata mulher e dá tiro na cabeça de criança”. Com letras garrafais e na cor vermelha, o sensacionalismo do fato é ainda mais ressaltado por meio da imagem e dos grafismos. A foto ilustra uma pessoa coberta por um lençol branco deitada numa maca, sendo levada por socorristas do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) para uma ambulância.

Percebe-se que a brancura do lençol apresenta sinais de sangue, provando que a pessoa deitada está ferida. Por sua vez, o grafismo faz uma correlação entre o fundo branco (assim como o lençol) e uma mancha cor de sangue, como se fosse o padrão de uma pessoa que sofreu disparos de uma arma de fogo e ensanguentou o local.

O fato de os criminosos terem assassinado uma mulher, nesta manchete, ficou em segundo plano: o foco foi o tiro na cabeça de uma criança. Com um subtítulo que diz “Estado de saúde da garota é considerado grave”, salienta-se ainda mais a importância dada à criança ferida. A imagem da foto, dessa forma, pode-se inferir se tratar da mulher assassinada que, coberta, transmite o sentido cruel do ocorrido.

Ainda, a “mulher demais” parece mostrar-se indignada, o que pode ser interpretado como desconforto pelo assassinato ocorrido ou ainda por mostrar o corpo e, portanto, os braços cruzados podem ser vistos não apenas como uma tentativa de cobrir uma parte do corpo, mas como um escudo que a protege do julgamento alheio.

Figura 28: Capa 4



5.5 A nudez da mulher no *Já*

Uma das características que separa radicalmente as publicações impressas sensacionalistas das consideradas tradicionais ou de referência é a presença da nudez feminina. Geralmente, periódicos voltados ao sensacionalismo estampam em suas capas modelos com poucas roupas – de preferência, biquínis ou *lingeries* – em justaposição às notícias de violência e futebol. No *Já*, pode-se considerar que a mulher seminua na capa é quase uma marca registrada.

Além da capa, a exposição do corpo da mulher também ocorre nas páginas internas do Jornal *Já*. Na editoria denominada Variedades, que abrange todo tipo de assunto e curiosidades, principalmente do mundo dos artistas e celebridades, há um espaço reservado, normalmente na página 12, que publica mais fotos da mulher que

estampa a capa ao lado da marca “Essa é demais!!!”. São fotos que mostram a mulher em várias posições, sempre mostrando o máximo possível de seu corpo.

Um breve texto acompanha as fotos. O texto é responsável por trazer informações da modelo: nome, idade ou profissão, além de curiosidades ou desejos. É nesse texto que a linguagem coloquial encontra bastante espaço no periódico, seja por meio de um título que faça analogia com o que a modelo veste ou com o assunto abordado no curto parágrafo. Adjetivos e hipérboles são os aspectos sensacionalistas mais presentes nesse texto, que também se utiliza de humor, trocadilhos e até mesmo termos que remetem ao ato sexual.

É possível inferir, neste contexto, que há uma tentativa de atrair a parcela masculina do público-alvo do periódico, completando a fórmula que garante sucesso aos impressos sensacionalistas: sexo, sangue e esportes. Além disso, percebe-se o sentido de *objetificação* do corpo feminino, sendo mais uma maneira de perpetuação da dominação masculina.

O estereótipo da mulher sensual, com visível apelo sexual, agrada aos olhares masculinos ao proporcionar um prazer de ordem visual, haja vista que não é todo tipo de mulher que pode ser a “gata demais” do dia: ela deve ter um tipo corporal específico (voluptuoso, cheio de curvas e bronzeado) que reforça a cultura do corpo esteticamente perfeito. O sentido produzido é de que a mulher não passa de um objeto de apreciação masculina e, nesse contexto, ainda tem a obrigação de ter determinadas características para tal.

Conforme Angrimani (1999), se há *voyeurismo*¹² por parte dos homens, existe por outro lado o exibicionismo da parte da mulher, que consente a exposição de partes nuas de seu corpo nas páginas de um jornal impresso. Assim, “deve-se afirmar que no jornal sensacionalista existe o vínculo exibicionismo (do corpo revelado)/*voyeurismo* (do leitor que se excita)” (ANGRIMANI, 1999, p. 74).

Particularmente, tal visão parece reducionista e implica num comportamento proposital da mulher, de forma que o exibicionismo por parte dela ocorre por vontade dela pura e simplesmente. O que pode ser interpretado é que o exibicionismo ocorre por causa de uma conjuntura social e amplamente enraizada culturalmente que espera que

¹² Termo de origem francesa, *voyeur* diz respeito àquele que olha com curiosidade ou que aprecia a observação do outro.

mulheres belas mostrem seus corpos para satisfazer aos homens. Além disso, espera-se que elas sirvam de exemplo/modelo a ser seguido por outras mulheres que não possuem o mesmo tipo físico.

Figura 29: Exemplo de página interna com a mulher “Essa é demais!!!”



No texto da figura 29, que contém o título “Delícia paralisante”, o adjetivo “delícia” remete ao aspecto sensorial. Normalmente utilizado para descrever refeições e alimentos, o termo faz clara referência a uma comida gostosa, o que na linguagem popular, quando relacionado a uma mulher, pode ser entendido como mulher com belo corpo. Logo, a mulher é objeto a ser apreciado e, tal qual uma boa refeição, “comida”. O sentido dado pela palavra “delícia” e por todo o texto subsequente é de que o valor da mulher reside no fato de ser ou não “gostosa”. É a mesma relação da qual trata DaMatta (2012) quando aborda a questão sobre mulheres e comida: é um relacionamento imbrincado e já incrustado na cultura.

Dessa forma, o texto está permeado pelo discurso lúdico, conforme discutido por Orlandi (1999), ao explorar gírias e linguagem popular, além de utilizar os termos como

adjetivos de duplo sentido. O texto até tenta apresentar a mulher de maneira neutra, ao trazer adjetivos como “empreendedora nata”, “realista” e “prática”. No entanto, o sentido se dissipa assim que a leitura continua: a única voz dada à mulher não trata da forma como ela conduz os negócios ou resolve problemas, mas informa sobre o seu lado emocional e diz que ela “odeia ou ama intensamente, com delírio”.

Bourdieu (2014) afirma que

Aos que objetariam que inúmeras mulheres romperam atualmente com as normas e formas tradicionais daquela contenção [do corpo], apontando sua atual exibição controlada do corpo como um sinal de “liberação”, basta mostrar que este uso do próprio corpo continua, de forma bastante evidente, subordinado ao ponto de vista masculino (...): o corpo feminino, ao mesmo tempo oferecido e recusado, manifesta a disponibilidade simbólica que, como demonstraram inúmeros trabalhos feministas, convém à mulher, e que combina um poder de atração e de sedução conhecido e reconhecido por todos (homens e mulheres) e adequado a honrar os homens de quem ela depende ou aos quais está ligada, com um dever de recusa seletiva que acrescenta ao efeito de “consumo ostentatório” o preço da exclusividade (BOURDIEU, 2014, p. 49).

Pode-se afirmar, então, que a formação discursiva predominante nessa seção do *Já* é a machista, que enxerga a mulher como objeto de prazer visual, cuja sensualidade é marcadamente desenvolvida conforme a visão masculina e que cabe à mulher apenas desenvolver esse papel atribuído com desenvoltura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso analítico empreendido por este estudo permitiu analisar os discursos e como o sensacionalismo na imprensa, mais especificamente o realizado pelo jornal impresso *Já*, constrói a imagem da mulher por meio das manchetes, matérias e imagens publicadas no periódico. A metodologia empregada para buscar as estratégias utilizadas pelo jornal foi a Análise de Discurso, que viabilizou o reconhecimento das táticas para, por meio da exacerbação das emoções, produzir sentidos no meio social e difundir estereótipos de gênero.

Considerando a interação entre os conceitos trabalhados e o método aplicado, foi possível perceber que o *Já* produz um discurso polissêmico, com vistas aos exageros e hipérboles, principalmente por meio das manchetes. Entretanto, o texto das matérias tende à simplicidade, praticidade e evita construções muito formais. Assim, foram visualizados os elementos que atraem o público-alvo e constroem a credibilidade do periódico junto aos leitores, principalmente pela exploração do discurso lúdico.

A partir da análise dos elementos textuais e visuais do periódico, acredita-se que foi possível alcançar o objetivo proposto, quer seja, analisar a construção da imagem da mulher no jornal *Já*. As considerações acerca dos elementos textuais foram divididas em dispositivos de análise a fim de facilitar a compreensão dos sentidos das manchetes e matérias.

A mulher no Jornal *Já*, quando se torna notícia, não foge ao padrão noticioso do periódico, ou seja, surge principalmente em matérias que abordam a violência e são de cunho policialesco. A violência urbana e a doméstica são veiculadas pelo impresso, mas as que relatam homicídios cometidos pelos maridos ou companheiros dessas mulheres ganham maior destaque, seja por meio das manchetes nas capas e nas páginas onde foram publicadas, seja no acompanhamento diário da história para saciar a curiosidade do leitor, ao tempo em que garante as vendas do jornal.

Neste sentido, percebe-se que há a criação de um espaço frutífero para a propagação de estereótipos em relação à mulher. Mecanismos como gírias, metáforas, figuras de linguagem, expressões populares, contrações e adjetivações foram os elementos linguísticos encontrados durante a análise de manchetes de página do periódico utilizados para tentar relacionar o fato noticiado com o humor, o popularesco

e o coloquial, muitas vezes causando o sentido de amortização ou banalização da violência ocorrida.

A moral machista, como lembra Dias (2008), está arraigada, também, nas classes mais populares do país e o *Já* reproduz o discurso de inferioridade da mulher em relação ao homem. São matérias que, frequentemente, omitem o nome, a profissão ou a idade da mulher que integra a notícia. Após uma quantificação, verificou-se que das 46 matérias relacionadas à mulher que foram publicadas, 32 não informaram qual era a profissão dela ou ao menos se desempenhava alguma função. Comumente, é uma “esposa de homem preso”, ou “morta”, ou “jovem”, ou “mulher”, ou “vítima”, ou “mãe.

A presença da informação da profissão da mulher apenas é informada quando é socialmente relevante, ou seja, quando se é advogada, por exemplo, ou se a profissão tenha sido a causa do crime cometido contra ela. Dessa forma, a omissão ou não de um detalhe de uma informação pode significar a visibilidade da mulher no periódico e suscita a pergunta: qual mulher aparece no *Já* e de que forma? Percebe-se, neste sentido, a força da hierarquia social como preponderante na visibilidade da mulher no *Já*, ou seja, há um corte de classe que aponta para a importância das mulheres de condições econômicas mais altas em seu noticiário.

Outro estereótipo recorrente em relação à mulher no periódico é o de *objetificação* sexual – que também é explorado por meio das imagens nas capas e na seção de Variedades do *Já*. Por ora, salienta-se que, em termos noticiosos, é frequente a tentativa de usar palavras que gerem duplo sentido, malícia, frisem algum aspecto sexual da mulher ou, ainda, tratem das partes íntimas femininas com humor (ou até mesmo nojo).

É a associação da mulher com verbos ligados a atos sexuais que acaba por reforçar uma visão de valorização do feminino que passa pelo lado físico e sexual, o que dificulta um entendimento da complexidade de temas como violência doméstica e estupro. Essa associação também acaba por provocar uma *culpabilização* da vítima em casos como os supracitados, visto que alimenta a ideia do senso comum de que a mulher provocou uma reação violenta do homem e, portanto, mereceu ser punida.

Trata-se de um recurso que visa ao julgamento moral da mulher, tida como cúmplice da própria violência sofrida. Os *fait divers*, notícias tidas como diversas e que despertam o interesse do público por causa do teor chocante, trágico ou cômico, são

marca registrada do jornalismo sensacionalista. Portanto, são bastante encontradas no *Já*, principalmente quando, em relação à mulher, relatam histórias de assassinatos brutais. Disso conclui-se que quanto mais chocante e sensacionalista for o crime, maior será o espaço no periódico. Não é difícil encontrar em matérias classificadas como *fait divers* um detalhamento das ações do crime ou manchetes que busquem atingir o público pelo horror (em vez do humor característico desse tipo de publicação).

Nos *fait divers* encontrados durante a pesquisa, ficou evidente a assimetria de gênero ainda presente no meio social. A representação da mulher em crimes causados por “ciúmes” ou “discussão” revela não só o perigo constante que ronda a mulher, como também o tratamento dado ao crime, sempre atenuado pelas circunstâncias – o que acaba por “diminuir” a culpa do homem.

Dentre os casos analisados, um chamou a atenção por atribuir ao homem a culpa pelo crime cometido. No assassinato da advogada pelo namorado (que tinha histórico de violência doméstica e estupro), fica claro que não há uma *culpabilização* da vítima, o que suscita o questionamento: por quê? A suspeita é de que esta mulher que foi assassinada não é como as outras vítimas que aparecem nas páginas do *Já*, ou seja, é uma mulher de classe média, com nível superior completo e cuja história provoca mais empatia e solidariedade do que uma mulher marginalizada e pobre causaria. Tipologias de *fait divers*, a exemplo da causalidade e da coincidência, ajudam a corroborar o discurso machista do Jornal *Já*.

Por outro lado, percebe-se, por meio da análise dos gêneros jornalísticos, que a visibilidade da mulher passa também pela forma como a matéria é formatada, ou seja, se é nota ou notícia. Quanto mais detalhes o material trouxer, mais cuidado houve na construção daquela notícia, o que indica a relevância da temática. No entanto, por si só, a opção por um gênero não é suficiente para dizer se a mulher teve visibilidade ou não no periódico, servindo mais como um indicativo que pode reforçar ou não tal crença.

Outro estereótipo bastante presente no material analisado diz respeito ao que o jornal entende “mãe”. Em sua maioria com julgamento moral da mulher, frisando que o ato cometido por ela não era digno de uma mãe, a publicação acaba reforçando o mito da maternidade, que santifica a mãe e pune quem não age conforme o modelo imaginado socialmente.

Em relação às capas, há predominância de cores quentes, tais como amarelo, vermelho e laranja, que funcionam como estratégia de atração do público e reforçam o conteúdo sensacionalista das manchetes e chamadas de capa. A diagramação das manchetes e imagens que ilustram as capas costuma “harmonizar” com a mulher seminua que também é marca registrada de periódicos sensacionalistas. Toda a capa funciona como um grande chamariz cuja intenção é garantir o interesse do público, além de destacar a publicação em meio aos demais impressos que circulam no estado.

O último reforço percebido durante a análise do *Já* é em relação ao apelo do corpo feminino, uma espécie de *voyeurismo* do leitor. Fica evidente o uso da mulher tida como sensual para garantir o sucesso da publicação junto ao leitor masculino, destacando também o reforço da cultura da busca pelo corpo perfeito. O sentido produzido pelas capas e pela seção de Variedades do jornal, no qual mais fotos da mulher e em diferentes posições sensuais são publicadas, é o da mulher enquanto atrativo visual e estético para o homem.

Sabe-se que os estereótipos são geradores de sentido (ALSINA, 2009), visto que podem ser caracterizados como uma forma inicial de entendimento sobre determinado assunto do qual não se tem conhecimento. O esperado, no entanto, é que esse conhecimento inicial dê lugar a um mais apurado e que o estereótipo inicial seja superado. Isso acaba não acontecendo, especialmente quando os estereótipos negativos acabam servindo para justificar privilégios entre os grupos que estão na sociedade.

Dessa forma, a expectativa é que a imprensa desempenhe um papel de facilitador do acesso ao conhecimento e que possibilite a redução de injustiças sociais. Por isso, é preciso se engajar num jornalismo mais compreensivo, tal qual Alsina (2009) propõe. A preocupação não parte apenas de acadêmicos e estudiosos, mas também de quem cotidianamente contribui para a construção da realidade social por meio do jornalismo.

A ombudsman do Jornal *Folha de São Paulo*, Paula Cesarino Costa, ao comentar o estupro de uma jovem de 16 anos por mais de 30 homens ocorrido em maio de 2016 no Rio de Janeiro, na coluna “A cultura do estupro no jornal”, questionou: “Qual deve ser o papel do jornal num caso como esse? Investigar de modo meticuloso e narrar sua apuração sobriamente. Preocupar-se com o ângulo social e com as políticas públicas. Contar o particular, sem perder a dimensão do exemplo geral. Provocar discussão e debate amplo e aprofundado”.

A partir das sugestões pertinentes da ombudsman da *Folha de São Paulo*, além das recomendações feitas pela ONG Think Olga¹³, seguem abaixo recomendações de como o jornalismo, mesmo o sensacionalista, pode ser trabalhado para que a incidência de matérias estereotipadas em relação às mulheres diminua consideravelmente:

- A melhora da prática jornalística se dá quando há uma visão crítica sobre o próprio trabalho. Portanto, criticar, discutir e avaliar sempre as angulações e abordagem das temáticas trabalhadas, principalmente quando envolve violência contra a mulher;
- Buscar sempre contextualizar o fato noticiado, evitando relacionar imagens que não correspondam à história;
- Evitar o uso de termos que justifiquem ou atenuem os crimes cometidos contra a mulher, de forma que ela seja considerada cúmplice ou culpada;
- Tratar o crime pelo que ele de fato é: *feminicídio*, estupro, violência doméstica. Não utilizar termos que parecem sinônimos, mas não são, tais como sexo consensual com menor de idade;
- Diversificar e ampliar as fontes de informação. Mesmo que se trate de uma matéria policial, ao contextualizar o fato pode-se buscar a opinião e/ou explicação de uma autoridade do meio científico para melhor argumentar o fato ou compreender o fenômeno;
- Respeitar o direito à intimidade e privacidade;
- Buscar maior cuidado na apuração das notícias, evitando generalizações e maniqueísmo;
- Não romantizar as notícias que abordam estupro ou violência doméstica;
- Evitar o julgamento moral da vítima com vistas à sua desqualificação;

As propostas listadas acima têm caráter sugestivo, visto que a rotina produtiva nos meios de comunicação por vezes dificulta a execução de um bom trabalho do profissional. Entretanto, ela não pode ser utilizada como justificativa para uma prática cada vez mais preconceituosa em relação à mulher, considerando ainda que o

¹³ Projeto feminista criado em 2013 pela jornalista Juliana de Faria e que tem como proposta discutir as complexas temáticas femininas e empoderar as mulheres por meio da informação.

jornalismo tem como uma de suas funções legitimar comportamentos e pontos de vista na sociedade.

Atentar aos itens acima descritos e provocar uma reflexão acerca da prática cotidiana do jornalismo, principalmente o sensacionalista, foco deste estudo, deve ser o começo para um jornalismo mais humanizado e a diminuição da assimetria de gênero ainda tão presente na sociedade. A cultura jornalística precisa criar estratégias para combater a desigualdade de gênero nas redações e no que é repassado ao público. Ademais, Jornalismo e jornalistas devem rever práticas, opções e, principalmente, considerar o contexto na rotina produtiva.

REFERÊNCIAS

- ALEXANDRE, Marcos. O papel da mídia na difusão das representações sociais. **Comum**. Rio de Janeiro, v. 6, n. 17, p. 111 – 125, jul./dez. 2001.
- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.
- AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo Popular**. São Paulo: Contexto, 2006.
- _____. Sensacionalismo: inoperância explicativa. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 9, p. 133-146, 2003. Disponível em: <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/revistaemquestao/article/viewFile/3630/3419>>. Acesso em 04 maio 2016.
- ANDRADE, Amanda Carvalho de. **Cartografia do Já sob a ótica dos gêneros jornalísticos**: Análise do diário paraibano e o debate sobre gêneros na atualidade. 2015. 118 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- ANGRIMANI, Danilo. **Espreme que sai sangue**: um estudo do sensacionalismo na imprensa. São Paulo: Summus, 1995.
- ARBEX JÚNIOR, José. **Showrnlismo**: a notícia como espetáculo. 3. ed. São Paulo: Casa Amarela, 2001.
- AZEVEDO, Sandra Raquew. **Mulheres em pauta**: gênero e violência na agenda midiática. João Pessoa: Ed. Universitária/UFPB, 2011.
- AZEVEDO, Sandra Raquew.; GARCÍA, Lorelay. Violência contra mulheres na agenda midiática. **Espaço do Currículo**, João Pessoa, v. 4, n. 1, mar./set. 2011.
- BARTHES, Roland. **Crítica e Verdade**. 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**: fato e mitos. 4. ed. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.
- BERGER & LUCKMAN. **La construcción social de la realidad**. Buenos Aires: Amorrortu, 1979.
- BLAY, Eva Alterman. **Assassinato de mulheres e direitos humanos**. São Paulo: Editora 34, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Best Bolso, 2014.
- BRASIL. Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/l11340.htm>. Acesso em: 15 de jul 2016.
- BITTONI, Dulcília. **Mulher de papel**: a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

CARDOSO, Darlete. Produção jornalística: a construção da realidade. **Revista Científica Plural**, Tubarão, n. 2, 2008. Disponível em: <http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos_2008b/darlete_cardoso.pdf>. Acesso em: 14 jan. 2016.

CERQUEIRA, Carla Braga. A imprensa e a perspectiva de gênero: quando elas são notícia no Dia Internacional da Mulher. **Observatório Jornal**, Minho, n. 5, p. 139-164, 2008.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. Em torno do conceito de sociedade do espetáculo. In: COELHO, Cláudio Novaes Pinto.; CASTRO, Valdir José de. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 13-30.

COSTA, Lailton Alves da. Jornalismo brasileiro: a teoria e a prática dos gêneros jornalísticos nos cinco maiores jornais do Brasil. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE A ESCOLA LATINO AMERICANA DE COMUNICAÇÃO, 11, 2007, Pelotas. **Gêneros comunicacionais**: Formatos e Tipos Latino-Americanos... Pelotas, 2007. Disponível em: <http://encipecom.metodista.br/mediawiki/index.php/Jornalismo_Brasileiro:a_teor%C3%A1tica_dos_g%C3%AAneros_jornal%C3%ADsticos_nos_cinco_maiores_jornais_do_Brasil> . Acesso em: 02 abr 2016.

DAMATTA, Roberto da. **Sobre comidas e mulheres**. Pensando bem a arte a cultura, Café Filosófico. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora, 2012. Disponível em: < <http://www.ufjf.br/pensandobem/files/2016/01/CAF%C3%89FIL-2012-Texto-VII.pdf>> Acesso em: 29 jun. 2016.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**: comentários sobre a sociedade do espetáculo. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DEJAVITE, Fábila Angélica. O poder do fait divers no jornalismo: humor, espetáculo e emoção. In: BARBOSA, M. (Org.). **Estudos de Jornalismo (I)**. Campo Grande: Intercom, 2001.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. **O Discurso da Violência** – As Marcas da Oralidade no Jornalismo Popular. São Paulo: EDUC/Cortez, 1996.

_____. O discurso da violência no jornalismo popular. In: **Tópicos em Linguística de Texto e Análise da Conversação**. Natal: EDUFRN, 1997. p. 91-97.

FERREIRA, Fábio Gonçalves. Gêneros jornalísticos no Brasil: estado da arte. **Revista Bibliocom**, São Paulo, v. 4, n. 1, jun 2012. Disponível em: <<http://200.144.189.84/revistas/index.php/bibliocom/article/viewFile/1194/1114>>. Acesso em: 04 abr 2016.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

FREIRE FILHO, João. Mídia, Estereótipo e Representação das Minorias. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro: UFRJ, v. 7, n. 2, p. 45-71, 2004.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987. Disponível em: <<http://www.adelmo.com.br/bibt/t196.htm>>. Acesso em: 10 mar. 2016.

GOFFMAN, Erving. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

GOMES, Andrezza Pereira. **Violência, interesse do público e sensacionalismo**: Uma análise das estratégias de sedução no jornal impresso paraibano Já. 116 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002. p. 17-44.

KOLBENSCHLAG, Madonna. **Adeus, Bela Adormecida**: a revisão do papel da mulher nos dias de hoje. São Paulo: Saraiva, 1991.

KOVACH, Bill.; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do Jornalismo**: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir. Porto: Porto, 2004.

LAGE, Nilson. **Estrutura da Notícia**. 5. ed. São Paulo: Ática, 2004.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLANDA, H. **Tendências e impasses**: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994. p. 206-242.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997.

MACHADO, Liliane Maria Macedo. **E a mídia criou a mulher**: como a TV e o cinema constroem o sistema de sexo/gênero. 2006. 244 f. Tese (Doutorado em História) – Universidade de Brasília, Brasília, DF.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação**. São Paulo: Cortez, 2004.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: Jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1986.

MELLO, José Marques de et al. Gêneros e formatos na comunicação massiva periodística: um estudo do jornal “Folha de S. Paulo” e da Revista “Veja”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 21., 1998, São Paulo. **Portcom...** São Paulo, 1998. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/b43f21945b991b4e99923bee1b2e5d7c.PDF>> Acesso em: 02 abr 2016.

MARQUES, Fábio Cardoso. Uma reflexão sobre a espetacularização da imprensa. In: COELHO, C.; CASTRO, V. **Comunicação e sociedade do espetáculo**. São Paulo: Paulus, 2006. p. 33-59.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda**: Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial. São Paulo: Alfa-Omega, 1978.

MEDITSCH, Eduardo. **O conhecimento do Jornalismo**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1992.

_____. O jornalismo é uma forma de conhecimento?. **Media & Jornalismo**, Portugal, v.1, n. 1, 2002. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/mediajornalismo/issue/view/93>>. Acesso em: 23 fev. 2016.

MODESTO, Celina Alice Carvalho. SILVA, Luiz Custódio da. **O caso Queimadas**: sensacionalismo, ética e cidadania na cobertura do Jornal Já. 2014. Trabalho apresentado no Simpósio Nacional de Jornalismo, Participação e Cidadania, João Pessoa, 2014.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**: jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

MUZART, Zahidé Lupinacci. Uma espiada na imprensa das mulheres no século XIX. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, n. 1, Jan./jun., 2003. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2003000100013/8720>>. Acesso em: 24 maio. 2016.

NYE, Andrea. **Teoria Feminista e as filosofias do homem**. Rio de Janeiro: Record/Rosa dos Tempos, 1995.

ORLANDI, Eni P. **A Linguagem e seu Funcionamento**: as Formas do Discurso. São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **Análise de discurso**: Princípios e Procedimentos. São Paulo: Pontes, 1999.

PARK, Robert E. A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In: BERGER, C.; MAROCCO, B. **A era glacial do jornalismo**: teorias sociais da imprensa. Porto Alegre: Sulina, 2008. v. 2, p. 51-70.

PEDROSO, Rosa Nívea. **A construção do discurso de sedução em um jornal sensacionalista**. São Paulo: Annablume, 2001.

RUBIM, Lindinalva Silva Oliveira. A representação feminina na TV ou a “namoradinha” que virou “mulher”. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DA COMUNICAÇÃO, 2001, Campo Grande. **Portcom...**, Campo Grande, 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/99929608061648148016300421326161139805.pdf>>. Acesso em 06 jun 2016.

SCOTT, Joan. Gênero: Uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 16, n. 2. Jul./dez. 1990.

SEIXAS, Lia. **Redefinindo os gêneros jornalísticos**: proposta de novos critérios de classificação. Covilhã: Livros LabCom, 2009.

SHOEMAKER, Pamela J.; VOS, T. **Teoria do gatekeeping**: seleção e construção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SILVA, Luiz Custódio da. O jornalismo impresso na Paraíba. In: MELLO, José Marques de.; GALVÃO, Waldimas. **Jornalismo no Brasil Contemporâneo**. São Paulo: USP/Escola de Comunicações e Artes, Departamento de Jornalismo e Editoração, 1984. p. 81-96.

SILVA, Márcia Veiga da. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. 2010. 250 f. Tese (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de jornalismo impresso**. 6. ed. Porto, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2016.

SOUZA, Tânia Conceição Clemente de. A análise do não verbal e os usos da imagem nos meios de comunicação. **Rua**, Campinas, n. 7, p. 65-94, 2001.

SWAIN, Tania Navarro. Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas “femininas”. **História: Questões & Debates**, Curitiba: n. 34, p. 11-44, UFPR, 2001.

THINK OLGA. **Minimanual do Jornalismo Humanizado Parte I**: Violência contra a mulher. 2016. 14 p.

TOLERÂNCIA social à violência contra as mulheres. In: **SISTEMA DE INDICADORES DE PERCEPÇÃO SOCIAL**....: 2. ed, Brasília, DF, s.n, 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo Volume 1**: porque as notícias são como são. 2. d. Florianópolis: Insular, 2005.

_____. **Teorias do Jornalismo Volume 2**: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

VELOSO, Layse. **Imprensa sensacionalista e seus recursos**: Uma análise do jornal JÁ da Paraíba. 2011. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

VIZEU, Alfredo Eurico Pereira Junior. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. 2002. 152 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica, Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

_____. **Por uma teoria social do campo jornalístico**: o construtivismo do jornalismo. 2011. 68 f. Tese (Pós-doutorado em Comunicação Social) - Pontifícia Universidade Católica, Rio Grande do Sul. Porto Alegre.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 5. ed. Lisboa: Presença, 1999.

ZALUAR, Alba. Violência e crime. In: MICELI, S. (Org). **O que ler na ciência social brasileira (1970-1995)**. São Paulo: Sumaré/ANPOCS, 1999, p. 13-107.

